

การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นางสาวอุมารรณ จันทร์น้อย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2555

**Food Consumption Away from Home in the Area of Surat Thani  
Municipality, Surat Thani Province**

**Miss Umawan Janno**



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Economics

School of Economics

Sukhothai Thammathirat Open University

2012

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี  
ชื่อและนามสกุล นางสาวอุมาวรรณ จันทร์น้อย  
แขนงวิชา เศรษฐศาสตร์  
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร. มนูญ โติะยามา  
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิญา วนเศรษฐ

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2555

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



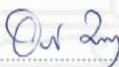
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. มนูญ โติะยามา)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิญา วนเศรษฐ)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินต์ วิสวธีรานนท์)



ชื่อวิทยานิพนธ์ การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัด  
สุราษฎร์ธานี

ผู้วิจัย นางสาวอุมาวรรณ จันทร์น้อย รหัสนักศึกษา 2506000161 ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร. มนูญ โต้ะยามา (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิญา วนเศรษฐ  
ปีการศึกษา 2555

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปในการบริโภคอาหารนอกบ้าน  
ของผู้บริโภค 2) ศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค และ 3) วิเคราะห์  
ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านต่อรายได้ของครัวเรือนผู้บริโภคในเขต  
เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง ประกอบด้วยหัวหน้าครัวเรือนที่ประกอบ  
อาชีพต่างๆในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ใช้แบบสอบถามเป็น  
เครื่องมือการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์  
และการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อย  
ละ 38.4) ค่าใช้จ่ายประมาณ 200-300 บาท ต่อคน/ต่อครั้ง (ร้อยละ 38.9) ประเภทอาหารไทย (ร้อยละ  
65.1) ประเภทสวนอาหาร (ร้อยละ 55.9) กลุ่มอิทธิพลต่อการออกไปบริโภคมากที่สุดคือครอบครัว (ร้อย  
ละ 71.3) การบริโภคอาหารนอกบ้านเห็นว่าไม่เป็นการประหยัดรายได้ (ร้อยละ 57.7) แต่เมื่อรายได้ของ  
ครัวเรือนเพิ่มขึ้นจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นเพราะเป็นการประหยัดเวลาในการทำอาหาร  
(ร้อยละ 48.8) ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่คือเพื่อน (ร้อยละ 41.3) 2) การขึ้นต่อกันของประเภทอาหารกับ  
อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ของหัวหน้าครัวเรือนอยู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และการขึ้นต่อกัน  
ของประเภทร้านอาหารกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนคนในครัวเรือนที่ต้องเลี้ยงดู  
และรายได้ของหัวหน้าครัวเรือนอยู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 จากการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ  
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของการบริโภคอาหารนอก  
บ้านของผู้บริโภค ได้แก่ จำนวนคนที่ต้องเลี้ยงดู และอายุของหัวหน้าครัวเรือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ และ 3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านต่อ  
รายได้ของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภค มีค่าเท่ากับ 1.89

คำสำคัญ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร การบริโภคอาหารนอกบ้าน เขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

**Thesis title:** Food Consumption Away from Home in the Area of Surat Thani Municipality, Surat Thani Province

**Researcher:** Miss Umawan Jannoi ; **ID:** 2506000161; **Degree:** Master of Economics

**Thesis advisors :** (1) Dr. Manoon Toyama, Associated Professor; (2) Dr. Apinya Wanaset, Assitant Professor; **Academic year :** 2012

### **Abstract**

The research purposes were to: 1) study the general view of food consumption away from homes of consumers: 2) study factors affecting the consumers' demand for eating outside their homes: and 3) analyze the income elasticity of demand for the expenses of food consumption away from home in the area of Surat Thani Municipality.

The sample used in the study comprised 400 the heads of the families working as various careers in the area of Surat Thani municipality, Surat Thani province. The questionnaire was used as the research instrument and the statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation, Chi-square, and regression analysis.

The results were as follows. 1) Consumers consumed food outside their homes, in average, about 2-3 times a week (38.4%), spent for the food about 200-300 baht per person a time (38.9%), preferred Thai food (65.1%), and chose garden restaurant (55.9%). The main influencing factor for consuming food away from their homes were their families (71.3%). Consumers considered that eating food away from homes was uneconomical (57.7%). Since they earned more, they were likely to eat food away from homes due to saving cooking time (48.8%) but some did not agree because it was uneconomical (39.4%). People recommending the restaurants were friends (41.3%). 2) The type of food eating away from home selected was depended on sex, age, marital status and the income of family's head, at a statistical significance 0.05 level, while the type of restaurants chosen was depended on sex, age, marital status, education level, the family head's income, and the number of family members who had been looked after, at a statistical significance 0.01 level. Concerning regression analysis, the number of family members who had been looked after, and the age of family's heads showed negative relationships with an average weekly number of the food consumption away from home, at a statistical significance 0.01 and 0.05 levels respectively. 3) The elasticity of demand for expending food consumption away from home as considered in relation to the head of the family's income was 1.89.

**Keywords :** Food consumption behaviors, Food Consumption away from home, The area of Surat Thani municipality

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ วัฒนวิบูลย์ชัย รองศาสตราจารย์ ดร.มณูญ โต้ะยามา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขบกพร่อง ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่จน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณ เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ วิชาการและข้อเสนอแนะตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมทั้งเจ้าหน้าที่สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือในทุกๆอย่าง

คุณประโยชน์ของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี บุรพคณาจารย์ ผู้มีพระคุณ ผู้เขียน และตำราทุกเล่มที่ผู้วิจัยได้รับความรู้ความเข้าใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จครั้งนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงจะได้ใช้ประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจตามที่เห็นสมควร

อุมาวรรณ จันทน์น้อย

มกราคม 2556



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	13
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	13
ทฤษฎีอุปสงค์.....	13
ทฤษฎีต้องการในคุณลักษณะ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	21
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สภาพทั่วไปของครัวเรือนตัวอย่าง .....	49
ลักษณะทั่วไปของครัวเรือนตัวอย่าง .....	49
ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน .....	53
ความเห็นในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน .....	55
ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน ของหัวหน้าครัวเรือน .....	61
พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน .....	61
การวิเคราะห์ปัจจัยที่คาดว่ามามีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี .....	66
ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี .....	66
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ .....	72
สรุป .....	72
อภิปรายผล .....	74
ข้อเสนอแนะ .....	76
บรรณานุกรม .....	80
ก แบบสอบถาม .....	84
ข ตารางสถิติ Regression การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี .....	93
ค บริบทของเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี .....	97
ประวัติวิจัย .....	100



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 มูลค่าเพิ่มและอัตราการขยายตัว ของสาขาภัตตาคาร ร้านอาหาร และบาร์ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี.....	5
ตารางที่ 3.1 ตัวแปร ความหมาย วิธีวัด ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	45
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	50
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของครัวเรือนผู้บริโภค.....	54
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของความเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน.....	57
ตารางที่ 4.4 ระดับความเห็นของปัจจัยในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน .....	61
ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน.....	62
ตารางที่ 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทร้านอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน.....	64
ตารางที่ 4.7 ค่า Tolerance และ VIF ของชนิดและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่องบประมาณในการบริโภคในแต่ละครั้ง (บาท/ครั้ง).....	68



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่มีความสำคัญในการดำรงชีวิตของคนซึ่งนอกจากเป็นประโยชน์แก่ร่างกายในการช่วยเสริมสร้างพลังงานของคนให้สามารถทำงานได้ตามปกติแล้ว การบริโภคอาหารที่มีสารอาหารที่พอเพียงครบทั้ง 5 หมู่ ยังทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารต่างๆครบตามที่ต้องการ เพื่อช่วยในการซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ ซึ่งโดยปกติแล้วคนจะมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารเป็นจำนวน 3 มื้อในแต่ละวัน ได้แก่ อาหารมื้อเช้า อาหารมื้อกลางวัน และอาหารมื้อเย็น ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคอาหารของคนในแต่ละมื้อนั้นมีความแตกต่างกันไป

การบริโภคอาหารนอกบ้าน เป็นพฤติกรรมของการบริโภคอีกแบบหนึ่งของผู้บริโภค โดยสถานประกอบการ เช่น ร้านอาหารมีกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคภายในสถานประกอบการ ประกอบด้วยบุคคลหลายๆหน้าที่เข้าด้วยกัน ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีงานทำไม่มีปัญหาแรงงานตกงาน มีการจ้างงานมากขึ้น และเศรษฐกิจภายในท้องถิ่นนั้นๆดีขึ้นไปด้วยเพราะคนมีงานทำ

ในอดีตคนไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ลักษณะของครอบครัวเป็นแบบครอบครัวขยาย ผู้ชายทำหน้าที่ในการออกไปทำงานนอกบ้าน ผู้หญิงทำงานบ้านและเลี้ยงดูบุตร พฤติกรรมการกินอยู่ของคนก็เป็นแบบง่ายๆคือ เมื่อถึงเวลาอาหารก็ยกสำรับมากินกันกับข้าวก็มีไม่กี่อย่างนัก แต่อาหารที่บริโภคเป็นหลักก็คือข้าว (วิณะ วิระไวทยะ 2541) และส่วนใหญ่แล้วคนไทยก็นิยมทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน ร่วมกับสมาชิกในครอบครัว แต่จากประสบการณ์การสำรวจการกินอาหารของคนไทย พบว่านับจากปี 2503 จนถึงปัจจุบัน พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงกันมากขึ้น และมีการซื้ออาหารสำเร็จรูปกินมากกว่าแต่ก่อน (กองโภชนาการ กรมอนามัย 2541) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจในอดีตที่ผ่านมา ทั้งในส่วนของภาคอุตสาหกรรม การบริการ การท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารและการคมนาคม ประกอบกับการเข้ามาของอิทธิพลจากประเทศตะวันตกส่งผลทำให้ประชาชนมีค่านิยม พฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (วัฒนา เพ็ชรวงศ์ 2543)

เคยมีผู้กล่าวว่า พฤติกรรมการกินเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมานานยากที่ปรับเปลี่ยนได้ หรือต้องใช้เวลาและดำเนินการให้อยู่ในวิถีชีวิตของคนกลุ่มนั้น จึงสามารถปรับเปลี่ยนได้ แต่ปัจจุบันพฤติกรรมการกินอาหารบางอย่างก็สามารถเปลี่ยนได้ง่าย เพียงเพราะคนบางกลุ่มมีค่านิยมว่าเป็นเรื่องโก้หรู แม้ว่าราคาอาหารนอกบ้านแพงแต่ก็ยังเป็นที่นิยมแพร่หลายตามแรงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (สง่า คามาพงษ์ 2541) โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนในสังคมเมือง ที่มีแต่ความรีบเร่ง พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน เนื่องจากคนต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพการดำเนินชีวิตในเมืองหลวงที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน การกิจประจำวันทำให้แม่บ้านมีเวลาน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งครอบครัวขนาดเล็กที่พ่อและแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ส่งผลทำให้เกิดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาในการปรุงอาหาร (วิณะ วิระไวทยะ 2541) สมาชิกในครอบครัวจึงหันมาบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทั้งนี้เพราะสมาชิกในครอบครัวคนใดคนหนึ่งไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน หรือต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดหลังจากการทำงาน รวมไปถึงต้องการแสวงหาความสนุกสนานให้กับครอบครัวและเพื่อนฝูง

สำหรับมูลค่าธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยในปี 2551 พบว่าสูงถึงประมาณ 100,000 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 5 โดยคำนวณจากค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนไทย รวมกับค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนไทยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 927 บาทต่อครัวเรือน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนไทยในแต่ละครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนนั้นจะแตกต่างกันในแต่ละภาค กล่าวคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล 2,158 บาท ภาคกลาง 1,007 บาท ภาคใต้ 876 บาท ภาคเหนือ 555 บาท และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 519 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 18.0 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2553)

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ร้านอาหารรายย่อย (ไม่รวมธุรกิจร้านอาหารจำหน่ายอาหารประเภทแพงลอยและรถเข็น) ธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้เจ้าของกิจการจะเป็นนักลงทุนรายย่อย รวมถึงนักลงทุนรายใหม่ที่ต้องการลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านอาหารรายย่อยนี้ใช้เงินลงทุนในเบื้องต้นที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารประเภทอื่นและมีระยะเวลาในการคืนทุนค่อนข้างสั้นเมื่อเทียบกับการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารประเภทอื่น

2. ร้านอาหารต่างประเทศและร้านอาหารหรู มีสัดส่วนทางการตลาดร้อยละ 9.2 และเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 2.0 อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นมีการ

เติบโตที่โดดเด่นอย่างมากและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ปัจจุบันร้านอาหารต่างประเทศที่กำลังมาแรงเช่นกัน คือ ร้านอาหารเกาหลี และร้านอาหารอิตาเลียน ผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค และความกังวลต่อรายได้ในอนาคต ธุรกิจร้านอาหารต่างประเทศในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2551 ซึ่งขยายตัวสูงถึงร้อยละ 10.0-15.0 อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังมีแรงหนุนให้เติบโตในอนาคต

3. ร้านอาหารประเภทบริการด่วน (Quick Service Restaurant) ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้มีการเติบโตในอัตราสูงสุดในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย โดยคาดการณ์ว่าสัดส่วนตลาดของธุรกิจประเภทนี้ ประมาณร้อยละ 6.2 และเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 7.8 สำหรับตลาดของธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้เกือบร้อยละ 90 เป็นธุรกิจเฟรนไชส์ประเภทอาหารจานด่วนซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเป็นไก่ทอดร้อยละ 40 แซมเบอร์เกอร์ร้อยละ 20 พิซซ่าร้อยละ 15 ไอศกรีมร้อยละ 10 อื่นๆร้อยละ 15 ปัจจุบันในประเทศไทย มีสาขาร้านอาหารประเภทอาหารจานด่วนกว่า 1,000 แห่ง ส่วนธุรกิจร้านอาหารประเภทบริการด่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 นั้นเป็นธุรกิจอาหารนานาชาติประเภท (ธุรกิจร้านอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 2542)

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นลำดับที่ 3 ของภาคใต้ และเป็นลำดับที่ 16 ของประเทศ ประกอบกับรายงานจากสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ ซึ่งเป็นรายงานเรื่องการกระจายรายได้ ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีการกระจายรายได้ต่อครัวเรือนอยู่ในระดับสูง (แผนพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2550-2555) ทำให้มีปัจจัยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคนอกบ้านค่อนข้างสูง ดังนั้นพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมทั้งแง่บวกและลบ ผลกระทบในแง่บวกคือ เป็นการสนับสนุนการจ้างงานและการผลิตในภาคบริการและอุตสาหกรรม ส่วนผลกระทบในแง่ลบคือ อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของสมาชิกในครัวเรือนได้หากแหล่งที่ไปบริโภคนอกบ้านไม่สะอาดหรือในบางครัวเรือนการบริโภคอาหารนอกบ้านอาจเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือยและกระทบต่อนิสัยในการออมของคนในครัวเรือน

#### **สภาพทั่วไปธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี**

ธุรกิจร้านอาหารภายในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี คิดเป็นร้านขายอาหารและบาร์ สัดส่วนร้อยละ 23.53 กิจกรรมร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม สัดส่วนร้อยละ 16.63 กิจกรรมบาร์ไนต์คลับ คาเฟ่สัดส่วนร้อยละ 2.54 และกิจกรรมสถานที่ขายอาหารอื่นๆที่มีได้จัดไว้ประเภทอื่น (แผงลอย) สัดส่วนร้อยละ 4.36 อัตราขยายตัวของมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ หมวดภัตตาคารร้านขายอาหารและบาร์หดตัวร้อยละ 0.28 โดยกิจกรรมหลักของหมวด คือภัตตาคาร ร้านขายอาหารและ

เครื่องดัดขยายตัวร้อยละ 8.13 รองลงมาได้แก่ กิจกรรมบาร์ในคัลคลับคาเฟ่ และสถานที่ขายอาหาร อื่นๆร้อยละ 18.17 และ 15.30 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับดัชนีราคาอาหารบริโภคนอกบ้าน และ ดัชนีหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 12.63 และ 14.68 ตามลำดับ และ สะท้อนถึงราคาขายอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น สำหรับธุรกิจร้านอาหารในเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีที่น่า จับตามอง คือ ธุรกิจร้านติ่มซำ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เป็นแนวรุกของร้านอาหารจีน โดยหันมาเน้นการ ให้บริการที่ความรวดเร็ว อบอุ่น สะอาด อีกทั้งยังสามารถรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นการกำจัดจุดอ่อนของร้านอาหารจีน คือ การไปรับประทานอาหารจีนต้องไปรับประทาน เป็นกลุ่ม และมีราคาแพง แต่ในปัจจุบันสามารถไปรับประทาน 1-2 คน และราคาไม่แพง ทำให้ ร้านอาหารประเภทนี้ประสบความสำเร็จอย่างมาก (สำนักงานคลัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2553)

ร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยหนุนจากพฤติกรรมของประชากรที่อาศัยในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี และยังมีนิย มรับประทานอาหารนอกบ้าน ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งในด้านความสนใจ ในเรื่องสุขภาพและประหยัดค่าใช้จ่าย (สำนักงาน พาณิชยจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2553)

อย่างไรก็ตามมูลค่าธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ปี 2551 ยังมี แนวโน้มหดตัวตามภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนได้เปลี่ยนพฤติกรรม โดยลดความถี่ ในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ในขณะที่ยังมีผู้บริโภคบางส่วนนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านก็ ปรับพฤติกรรมหันไปเลือกรับประทานที่ร้านอาหารทั่วไปแทนการรับประทานในร้านอาหาร ต่างประเทศ หรือร้านหรู แม้ว่าจะมีผู้บริโภคบางส่วนยังคงมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอก บ้านไว้ โดยยังคงไปรับประทานที่ร้านและโปรดปรานในรสชาติ แต่หันไปปรับลดค่าใช้จ่ายไม่ จำเป็นในด้านอื่นๆแทน รวมทั้งบรรดาผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้อง กับพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งในด้านความสนใจเรื่องสุขภาพและการประหยัดค่าใช้จ่าย รวมไปถึง การตอบโต้ภัยได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย (สำนักงานคลัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2553) ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้ามาในตลาด โดยเฉพาะในตลาดร้านอาหารรายย่อย อัน เป็นผลมาจากการลงทุนไม่สูงมากนัก และระยะเวลาในการคืนทุนค่อนข้างสั้น ส่วนร้านอาหาร ต่างประเทศ โดยเฉพาะร้านอาหารญี่ปุ่น เกาหลี และอิตาลี ก็มีผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้า มาลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อช่วงชิง ส่วนแบ่งตลาด (สำนักงานคลังจังหวัดจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2553)

ตารางที่ 1.1 มูลค่าเพิ่มและอัตราการขยายตัว สาขาภัตตาคาร ร้านอาหาร และบาร์ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

กิจกรรมการผลิต	มูลค่าเพิ่ม (ล้านบาท)			อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
	2549	2550	2551	2550	2551
หมวดภัตตาคาร ร้านอาหาร และ บาร์	1,417	1,675	1,670	18.24	-0.28
ภัตตาคาร ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม	890	1,096	1,185	23.21	8.13
บาร์ ไนต์คลับ คาเฟ่	174	185	151	6.25	-18.17
สถานที่ขายอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมิได้จัดไว้ประเภทอื่น (แผงลอย)	353	394	334	11.62	-15.30
รวม	7,260	7,909	7,828	9.00	-1.07

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2553)

1.2 การวิเคราะห์สภาพธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีในช่วงที่ผ่านมาพบว่ามีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ภัยคุกคามและสภาพปัญหาหลายประการ คือ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2553)

1.2.1 จุดแข็งของธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

- 1) ชนิดและประเภทของร้าน มีความหลากหลาย ทำให้สามารถเลือกกลุ่มผู้บริโภคได้
- 2) อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ถึงแม้เศรษฐกิจโลกและอุตสาหกรรมต่างๆจะล่อตัว แต่ความต้องการในการบริโภคอาหารก็ยังคงมีต่อไป
- 3) มีความพร้อมและศักยภาพสูง ในรสชาติ คุณค่า และการให้บริการตามวัฒนธรรมไทย

1.2.2 ข้อดีของการประกอบธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

- 1) เมื่อเศรษฐกิจดีขึ้น รายได้ประชาชนสูงขึ้น อำนาจการซื้อและความต้องการในการรับประทานอาหารมีมากขึ้น

2) ร้านอาหารไทยเป็นธุรกิจ ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ผู้ประกอบการสามารถมองหาการขยายการลงทุนได้

3) การสนับสนุนจากภาครัฐ ที่มีการผลักดันการส่งออกอาหารไทยและขยายตลาดร้านอาหารไทยในประเทศต่างๆ เช่น ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก (kitchen of the world)

### 1.2.3 จุดอ่อนของธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

- 1) ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค
- 2) ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เปิดกิจการง่าย จึงมีการแข่งขันสูง
- 3) ให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคคลค่อนข้างน้อย ใช้การเรียนรู้งานจากพนักงานเก่าเป็นหลัก

### 1.3 ปัจจัยคุกคามของธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

1.3.1 ความเสียหายอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ เช่น สึนามิ หรือ โรคระบาดที่เกิดขึ้น เช่น ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ทำให้การบริโภคอาหารมีน้อยลง

1.3.2 ปัญหาของต้นทุนสินค้าที่มีเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น

1.3.3 การเติบโตของร้านอาหารต่างชาติ ที่มีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารต่างชาติมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น

### 1.4 ปัญหาธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ยังไม่สามารถขยายธุรกิจให้เติบโตและเข้มแข็งได้ เนื่องจากมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1.4.1 ด้านกฎ ระเบียบ กฎหมาย ความล่าช้าและซ้ำซ้อนของหน่วยงาน ราชการ เช่น การเสียภาษี(เหล้า บุหรี่ เบียร์) การขออนุญาตสถานประกอบการกฎหมายลิขสิทธิ์ เป็นต้น

1.4.2 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และมาตรฐานการผลิต รวมทั้งแรงงานมีอัตราการเข้าออกสูง และขาดความชำนาญด้านภาษาต่างประเทศ

1.4.3 ด้านเงินทุนหมุนเวียน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำได้เนื่องจากขาดข้อมูล ข่าวสารเรื่องแหล่งเงินทุน และความรู้ในด้านการเขียนแผนธุรกิจ

1.4.4 ด้านการตลาด มีการลอกเลียนแบบสูงมาก ขาดความคิดในการเริ่มสร้างสรรค์ ทำให้ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน และเกิดการแข่งขันกันเองสูงมาก

1.4.5 ด้านการรวมกลุ่ม ขาดการรวมกลุ่มเพื่อสร้างและพันธมิตรในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งสร้างอำนาจในการต่อรองด้านอื่นๆ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ 2551)

จากการวิเคราะห์สภาพธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีนี้ จึงทำให้ทราบว่าเป็นสาเหตุใดจึงทำให้ผู้บริโภคมักยังมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้าน และพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันเนื่องจากอะไร มีปัจจัยหรือกลุ่มอิทธิพลใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค รวมไปถึงการศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการและปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด และผลที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ก็เป็นที่ยกมาว่าสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการแก้ไข ปรับปรุงและวางแผนในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆของธุรกิจประเภทร้านอาหารต่อไปได้ ในอันที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง โดยเป็นการช่วยส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งถือเป็นหน่วยธุรกิจหนึ่งที่สามารถส่งเสริมการขยายทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคของประเทศได้ ในการต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
- 2.3 เพื่อวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

## 3. สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษานี้มีข้อสมมติฐานดังนี้คือ

- 3.1 เมื่อหัวหน้าครัวเรือนของผู้บริโภคอาหารนอกบ้านที่มีรายได้สูงขึ้น มีแนวโน้มของการบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น
- 3.2 หัวหน้าครัวเรือนที่มีการศึกษาในระดับสูง จะมีการบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น



3.3 ในสถานที่ประกอบการร้านอาหาร สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดคือ รสชาติและความสะอาดของอาหาร

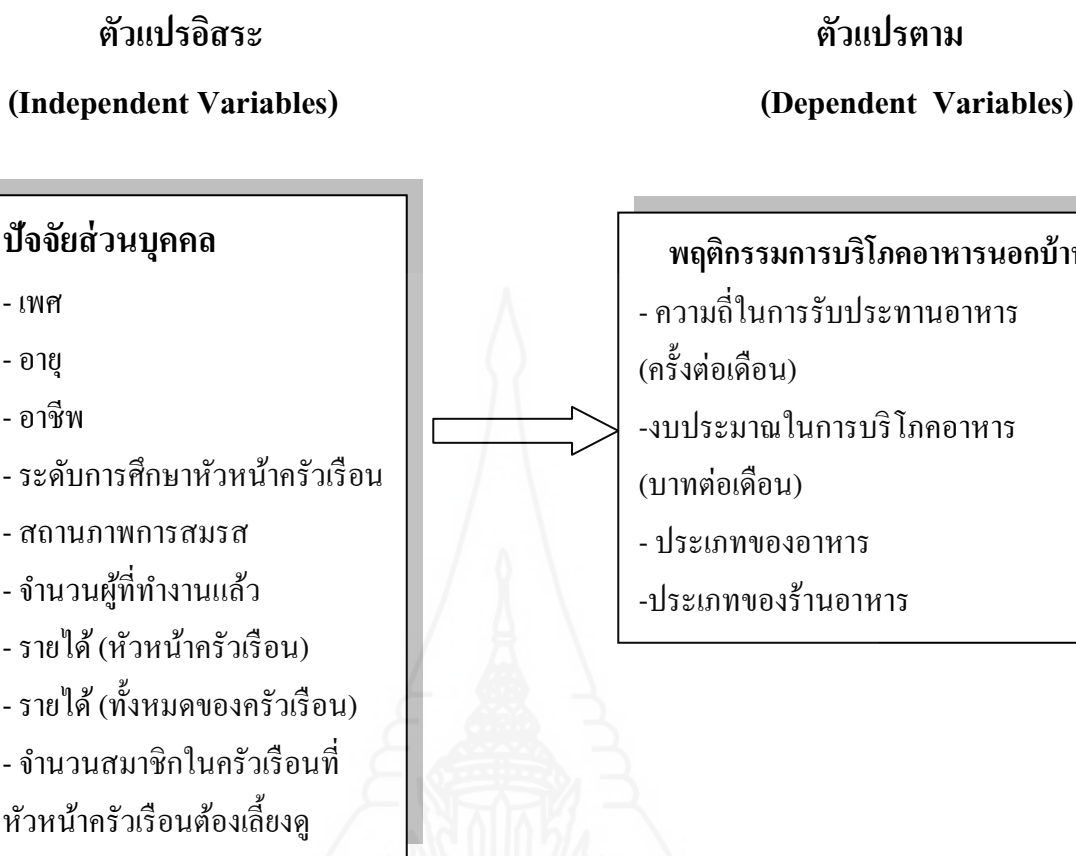
#### 4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาเฉพาะผู้บริโภคร้านอาหารที่ทำงานและอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนคร สุราษฎร์ธานี ในปี 2554 จำนวน 127,753 คน

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคที่ทำงานและอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาหัวหน้าครัวเรือน สถานภาพการสมรสของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนผู้ทำงานในครัวเรือน รายได้ (หัวหน้าครัวเรือน) รายได้ (ทั้งหมดของครัวเรือน) จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านของครัวเรือน(ครั้งต่อเดือน) งบประมาณในการบริโภคอาหาร (บาทต่อเดือน) และความนิยมในการเลือกประเภทของอาหารและร้านอาหารในระยะเวลา 1 เดือน

4.3 ขอบเขตด้านเวลา ทำการสำรวจเก็บข้อมูลโดยการกรอกแบบสอบถาม ในช่วงเวลาวันที่ 1 มีนาคม 2554 ถึงวันที่ 1 เมษายน 2554





ภาพที่ 1.1 แสดงตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในการศึกษา

การศึกษานี้ครอบคลุมเกี่ยวกับ พฤติกรรมกรบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้ที่อาศัยในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมกรบริโภคอาหารนอกบ้าน ในช่วงเวลา วันที่ 1 มีนาคม 2554 ถึงวันที่ 1 เมษายน 2554

ตัวแปร ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมกรบริโภคอาหารนอกบ้าน ประกอบด้วย ความถี่ในการรับประทานอาหาร(ครั้งต่อเดือน) งบประมาณในการบริโภคอาหาร(บาทต่อเดือน) ประเภทของอาหาร ประเภทของร้านอาหาร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลหรือลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว จำนวนผู้ที่ทำงานแล้ว รายได้ (หัวหน้าครัวเรือนหรือ รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน)

## 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

**5.1 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร** หมายถึง การทำกิจกรรมในการรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล ประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจเลือกซื้อ เลือกกินอาหารและเครื่องดื่มที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ประจำวันของผู้บริโภค

**5.2 ครัวเรือน (household)** หมายถึง ครัวเรือนส่วนบุคคลที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 1 คน ขึ้นไปมาอยู่รวมกันและอุปโภคบริโภคสิ่งที่จำเป็นแก่การครองชีพร่วมกัน โดยบุคคลเหล่านี้เป็นสามี ภรรยา หรือบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันทางสายโลหิตหรืออาศัยอยู่ร่วมกันและมีการยกย่องให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นหัวหน้าครัวเรือน

**5.3 เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี** หมายถึง พื้นที่ที่ครอบคลุม ตำบล 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลตลาดตำบลบางกุ้ง ตำบลมะขามเตี้ย ตำบลบางใบไม้ ตำบลบางชนะ และตำบลคลองฉนาก

**5.4 ร้านอาหารนอกบ้าน** หมายถึง ร้านที่เปิดให้บริการขายอาหาร และเครื่องดื่มนอกบ้านในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ในที่นี้หมายถึง สวนอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า/ โรงแรม ร้านอาหารประเภท Pub & Restaurant และลานเบียร์โดยไม่นับรวมร้านอาหารประเภทหาบเร่ และแผงลอย

**5.5 รายได้ที่จับจ่ายใช้สอยได้ (disposable income)** หมายถึง รายได้ส่วนบุคคลหลังจากหักภาษี และเงินผูกพันที่ต้องจ่ายให้กับรัฐไม่ว่ากรณีใดๆ ออกแล้ว เป็นเงินที่ผู้บริโภคสามารถใช้สอยได้ตามความพอใจ เช่น จ่ายเพื่อการบริโภคหรือเป็นออม

**5.6 ผู้พิการ** หมายถึง บุคคลซึ่งมีความสามารถ ถูกจำกัดให้ปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน และการมีส่วนร่วมทางสังคมได้โดยวิธีการทั่วไป เนื่องจากมีความบกพร่องทางการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว การสื่อสาร จิตใจ อารมณ์ พฤติกรรม สติปัญญาและการเรียนรู้ และมีความต้องการจำเป็นพิเศษ ด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตและมีส่วนร่วมในสังคมได้อย่างบุคคลทั่วไป

**5.7 เด็กในวัยเรียน** หมายถึง เด็กที่มีอายุระหว่าง 6 ถึง 12 ปี ที่เรียกเด็กวัยนี้为孩子วัยเรียน ในช่วงแรกของเด็กวัยนี้ คือ เด็กอยู่ในระยะการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน พยายามช่วยตนเองมากขึ้น ต้องเรียนรู้และเผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ และปรับตัวเข้ากับบุคคลหลายวัย ช่วงหลังของเด็กวัยนี้ คือ ระหว่างอายุย่างเข้าปีที่ 10 ถึงอายุ 12 ปี เป็นระยะที่เตรียมเข้าสู่วัยรุ่น เพื่อน หรือกลุ่มเริ่มเข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหรือ ความประพฤติของเด็กๆ มีความต้องการทำอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ในขณะเดียวกันก็ต้องการความช่วยเหลือคำแนะนำจากผู้ใหญ่

**5.8 สถานภาพการทำงาน** หมายถึง สถานะของบุคคลในการทำงานในเชิงเศรษฐกิจทุกประเภท ได้แก่

**5.8.1 รัฐบาล/ รัฐวิสาหกิจ** หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือข้าราชการ

**5.8.2 ประกอบอาชีพส่วนตัว** หมายถึง อาชีพทุกประเภทที่ผู้ประกอบการดำเนินการด้วยตนเอง แต่เพียงผู้เดียวหรือเป็นกลุ่ม อาชีพส่วนตัวเป็นอาชีพที่ไม่ต้องใช้คนจำนวนมาก แต่หากมีความจำเป็นอาจมีการจ้างคนอื่นมาช่วยงานได้ เจ้าของกิจการเป็นผู้ลงทุน และจำหน่ายเอง คิดและตัดสินใจด้วยตนเองทุกเรื่อง ซึ่งช่วยให้การพัฒนางานอาชีพ เป็นไปอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ประกอบอาชีพส่วนตัว เช่น ขายอาหาร ขายของชำ ซ่อมรถจักรยานยนต์ ฯลฯ ในการประกอบอาชีพส่วนตัว ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ ความสามารถในการบริหาร การจัดการ เช่น การตลาด ทำเลที่ตั้ง เงินทุน การตรวจสอบและประเมินผล เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องมีความอดทน ต่องานหนัก ไม่ทอดทิ้งต่อปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และมองเห็นภาพ การดำเนินงานของตนเองได้ทะลุปรุโปร่ง

**5.8.3 พนักงานบริษัทเอกชน** หมายถึง บุคคลที่บริษัทตกลงจ้างให้ทำงานให้แก่ บริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดทักษะการจ้างพนักงานออกเป็นประเภทต่าง ๆ คือ พนักงานรายเดือน พนักงานรายวัน และพนักงานสัญญาจ้างพิเศษ

**5.8.4 แม่บ้าน** หมายถึง ผู้ที่ทำงานโดยอาจได้รับหรือไม่ได้รับค่าจ้าง เพราะเป็นอาชีพที่ทำงานอยู่กับบ้านของตนเอง ดูแลบุคคลในครอบครัว และดูแลรักษาบ้าน

**5.9 กลุ่มอิทธิพล** หมายถึง กลุ่ม (Group) ประกอบด้วย บุคคลซึ่งมีความรู้สึกเกี่ยวข้องกัน ซึ่งประเมินผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน หรืออาจหมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอหรือไม่สม่ำเสมอ

**5.9.1 สมาชิกในครัวเรือน** หมายถึง กลุ่มคนซึ่งประกอบด้วยบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป มีความเกี่ยวข้องผูกพันกันทางสายโลหิต การสมรสหรือการรับเอาไว้

**5.9.2 เพื่อนหรือคนงานที่ทำงาน** หมายถึง ผู้ที่ร่วมทำงานหรือตระอยู่ด้วยกันซึ่งต้องติดต่อกัน (พฤติกรรมมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี)

**5.9.3 สื่อโฆษณาต่างๆ** หมายถึง สิ่งที่น่าเอาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (เสรี วงษ์มณฑา 2540:231) สื่อโฆษณาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1) **สื่อมวลชน (mass media)** สื่อประเภทนี้มุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายที่ไม่สามารถจำเพาะเจาะจงได้มากนัก เนื่องจากโดยธรรมชาติของสื่อประเภทนี้จะเป็นกลุ่มคนขนาดใหญ่และมีความหลากหลาย โดยทั่วไปประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกระจายเสียง ซึ่งมักเรียกว่าสื่อหลัก

(major media) หรือสื่อตามธรรมเนียมนิยม (conventional media) เพราะคนที่คิดจะลงโฆษณาส่วนใหญ่ มักคิดถึงสื่อประเภทนี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และนิตยสาร ซึ่งในปัจจุบันอาจรวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย

2) สื่ออื่น ๆ ที่นอกเหนือจากสื่อมวลชน โดยสื่อเหล่านี้สามารถสร้างกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะได้มากขึ้นและใช้เป็นสื่อเสริมในอีกทางหนึ่ง ซึ่งเราอาจเรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (specialized media) เช่น แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (cut-out) ใบบิด (poster) ใบบลิว (leaflet) แผ่นพับ (folder/handbill) หนังสือเล่มเล็ก (brochure) แผ่นติด (sticker) ของขวัญติดข้อความ โฆษณา (merchandise) ป้ายแขวน (mobile) รวมถึงป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ (traveling display) เช่น ข้อความข้างรถ (transit) ป้ายหลังรถเมล์ (bus side) หรือแม้กระทั่งโฆษณาบนตัวถังรถเมล์หรือรถตู้ (bus body) ฯลฯ

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คือ

6.1 ทำให้ทราบแบบแผนการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภค อันเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภค และนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ สำหรับธุรกิจประเภทร้านอาหาร เพื่อเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต

6.2 ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้จ่ายของครัวเรือนผู้บริโภคกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมผู้บริโภค และนำไปเพื่อวางแผนและเป็นแนวทางเศรษฐกิจภายในครัวเรือนต่อไป

6.3 ทำให้ทราบถึงอุปสงค์ของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี และสามารถนำไปพัฒนาร้านอาหารให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น

6.4 ทำให้ทราบถึง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เพื่อวางแผนและกำหนดราคาสินค้าภายในร้านอาหารให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทนี้ประกอบด้วยส่วนของแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยส่วนแนวคิดทฤษฎี ประกอบด้วย ทฤษฎีอุปสงค์ กฎแห่งอุปสงค์ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในบทนี้ประกอบด้วย เรื่อง ผลของต้นทุนค่าเสียโอกาสของเวลา และปัจจัยทางสังคมเศรษฐกิจ (Prochaska และ Schrimper 1973) เรื่อง สตรีที่ทำงานกับภาระความรับผิดชอบในครอบครัว ศึกษาเฉพาะสตรีที่ทำงานในธนาคารพาณิชย์เขตกรุงเทพมหานคร (จิตชม วัชรเนตร 2522) เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคของประชากรในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี (นภัส สิริสัมพันธ์ 2527) เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนในเทศบาลเมืองนครสวรรค์ (วิไลลักษณ์ แสงคุณ 2533) การศึกษาเรื่องตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้าน (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ 2533) เรื่อง การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ (เยาวเรศ เชาวพูนผล 2536) และเรื่อง การสำรวจพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพมหานคร (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด 2541)

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์

##### 1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2544)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง จำนวนต่างๆของสินค้า หรือบริการชนิดนั้นๆที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้านั้นๆหรือ ณ ระดับรายได้ต่างๆของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยคำว่า “ต้องการซื้อ” ที่ปรากฏในนิยามข้างต้นไม่ได้ หมายถึง ความต้องการธรรมดา (want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายซื้อสินค้า (ability and willingness to pay) และบริการนั้นๆด้วย

### 1.1.1 กฎแห่งอุปสงค์

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใด ชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆคงที่ การซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น

### 1.1.2 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์

ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปร หรือปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคน และกาลเวลา ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์นี้มีหลายตัว ดังนี้ ราคาสินค้า ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลงปริมาณซื้อจะมีมาก

1) *รสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม* จะเกี่ยวกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อ ภาพยนตร์ เทปเพลง แต่บางกรณีความนิยมก็คงนาน เช่นแบบสิ่งก่อสร้าง รถยนต์ เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ความเชื่อถือ และอิทธิพลของการโฆษณา

2) *จำนวนประชากร* ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตาม แต่การเพิ่มของจำนวนประชากรยังไม่เพียงพอ ประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย

3) *รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน* โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนแปลงไป โดยจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ในกรณีที่เป็นสินค้าธรรมดา (normal goods) และสินค้าฟุ่มเฟือย (luxury goods) แต่จะเปลี่ยนไปในทิศทางตรงกันข้ามในกรณีที่เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods)

4) *ราคาของสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง* ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ หรืออาจเป็นกรณีสินค้าที่ใช้ประกอบกัน คือ การเปลี่ยนแปลงของระดับราคาสินค้าประเภทนี้ จะทำให้จำนวนสินค้าเดิมเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้ามแม้ว่าราคาสินค้าจะไม่เปลี่ยนแปลงก็ตาม

5) *การกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ* ประเทศที่มีการกระจายรายได้ไม่เท่าเทียมกัน กล่าวคือ มีทั้งประชาชนกลุ่มที่มีรายได้สูง และรายได้ต่ำ ซึ่งบุคคลสองกลุ่มนี้บริโภคสินค้าและบริการต่างชนิดกัน ดังนั้นเมื่อระบบเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้มากขึ้น จำนวนซื้อสินค้า และ

บริการบางชนิด (สินค้าสำหรับผู้ที่มีรายได้สูง) จะสูงขึ้น ในขณะที่จำนวนซื้อสินค้าและบริการบางชนิด (สินค้าสำหรับผู้มีรายได้น้อย) จะลดลง

6) **ฤดูกาล** ความต้องการสินค้าบางชนิดจะขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ในฤดูหนาว ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่างๆจะเพิ่มขึ้น

จากปัจจัยที่เป็นกำหนดอุปสงค์ดังกล่าว สามารถเขียนเป็นความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันอุปสงค์สำหรับสินค้าชนิดหนึ่ง (demand function) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการสินค้าชนิดหนึ่งกับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการนั้น สามารถเขียนได้ดังนี้

$$Q^d = f(P, I, P_r, E, L, O)$$

โดย

$Q^d$  คือ ปริมาณความต้องการสินค้า หรือบริการชนิดหนึ่ง

$P$  คือ ราคาของสินค้า หรือบริการชนิดนั้น

$I$  คือ รายได้ของผู้บริโภค หรืออำนาจซื้อ

$P_r$  คือ ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้องทั้งราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน และสินค้าที่ใช้ประกอบกัน

$E$  คือ การคาดคะเนของผู้บริโภคที่มีต่อราคาสินค้าในอนาคต และต่อระดับรายได้

$L$  คือ รสนิยมของผู้บริโภค

$O$  คือ ปัจจัยอื่นๆ

ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกือบทุกชนิด แต่ผลกระทบของปัจจัยแต่ละตัวจะแตกต่างกันออกไปตามชนิดของสินค้า

### 1.1.3 ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค

ถึงแม้ว่าความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอจะสรุปได้ว่าตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยรวมมีดังนี้

1) **รายได้ของผู้บริโภค** ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะบริโภคมาก ถ้ามีรายได้น้อยก็จะบริโภคน้อย เช่น สมมติว่าเดิมนายขจรมีรายได้เดือนละ 5,000 บาท และนายขจรจะใช้รายได้ไปในการบริโภคร้อยละ 70 เก็บออมร้อยละ 30 เพราะฉะนั้นนายขจรจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเป็นเงินเท่ากับ 3,500 บาท ต่อมาถ้านายขจรมีรายได้



เพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 8,000 บาท และนายขจรยังคงรักษาระดับการบริโภคในอัตราเดิม คือบริโภคในอัตราร้อยละ 70 ของรายได้ที่ได้รับ นายขจรจะใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 5,600 บาท ในทางกลับกัน ถ้านายขจรมีรายได้ลดลงเหลือเพียงเดือนละ 3,000 บาท นายขจรจะใช้จ่ายในการบริโภคเป็นเงิน 2,100 บาท (ร้อยละ 70 ของรายได้) จะเห็นได้ว่าระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อระดับของการบริโภค

2) *ราคาของสินค้าและบริการ* เนื่องจากระดับราคาของสินค้าและบริการเป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค นั่นคือ ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการสูงขึ้นจะทำให้อำนาจซื้อของเงินลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าหรือบริการได้น้อยลง เนื่องจากเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาสินค้าหรือบริการได้น้อยลง ในทางกลับกันถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลงอำนาจซื้อของเงินจะเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้มากขึ้นด้วยเหตุผลทำนองเดียวกันกับข้างต้น

3) *ปริมาณเงินหมุนเวียนที่อยู่ในมือ* กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือมากจะจูงใจให้ผู้บริโภคบริโภคมากขึ้น และถ้ามีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือน้อยก็จะบริโภคได้น้อยลง

4) *ปริมาณของสินค้าในตลาด* ถ้าสินค้าหรือบริการในท้องตลาดมีปริมาณมาก ผู้บริโภคจะมีโอกาสในการจับจ่ายใช้สอยหรือบริโภคได้มาก ในทางกลับกันถ้ามีน้อยก็จะบริโภคได้น้อยตาม

5) *การคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคต* จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคคาดว่าในอนาคตราคาของสินค้าหรือบริการจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคในปัจจุบัน (ลดการบริโภคในอนาคต) ตรงกันข้าม ถ้าคาดว่าราคาของสินค้าหรือบริการจะลดลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคในปัจจุบันลง (เพิ่มการบริโภคในอนาคต) จะเห็นได้ว่าการคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคตจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในปัจจุบัน และจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในอนาคต

6) *ระบบการค้ำและการชำระเงิน* เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน คาวน์ต้าผ่อนระยะยาว จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถบริโภคโดยไม่ต้องชำระเงินในงวดเดียว มีเงินเพียงส่วนหนึ่งในการคาวน์ต้าก็สามารถซื้อหาสินค้าและบริการมาบริโภคได้ โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูง เช่น บ้าน รถยนต์ ฯลฯ ตรงกันข้าม ถ้า

ไม่มีระบบการซื้อขายแบบเงินผ่อน คือผู้บริโภคจะต้องชำระเงินค่าสินค้าตามราคาในงวดเดียว ผู้บริโภคอาจไม่สามารถซื้อหาหรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้

#### 1.1.4 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of demand) เป็นตัวแสดงให้ทราบถึง อัตราการเปลี่ยนแปลง หรือการตอบสนองของปริมาณความต้องการใช้สินค้าต่อการเปลี่ยนแปลง ของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ เช่น ราคาของสินค้าชนิดนั้น รายได้ของผู้บริโภค และราคาของ สินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้าต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น โดยที่ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆคงที่ ดังนั้นจากคำจำกัดความสามารถเขียนความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$E_d = \frac{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า}}$$

หรือ

$$E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

เนื่องจากอุปสงค์ของสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับราคา ตามกฎแห่งอุปสงค์ คือจะมีเครื่องหมายเป็นลบ ดังนั้น โดยปกติแล้วค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มี ต่อราคาจึงมีเครื่องหมายเป็นลบ

2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (Income Elasticity of Demand) หมายถึงการไหวตัวของอุปสงค์ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ เมื่อรายได้ ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยที่ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆคงที่

$$E_i = \frac{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ}}{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของรายได้}}$$

หรือ

$$E_i = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta Y}$$

โดยทั่วไปการบริโภคสินค้าจะเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น นั่นคือความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อที่มีทิศทางเดียวกัน สำหรับสินค้าดังกล่าวเรียกว่า “สินค้าปกติ” (normal goods) ผู้บริโภคมักจะบริโภคจำนวนน้อยลงเมื่อรายได้เพิ่มมากขึ้น ในกรณีความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อจะมีทิศทางตรงกันข้ามกัน ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้จะมี ค่าเป็นลบซึ่งในกรณีนี้เรียกว่า เป็น “สินค้าด้อย” (inferior good)

3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (Cross Elasticity of Demand) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงจำนวนการซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกันมีการเปลี่ยนแปลง โดยที่ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆคงที่

$$E_c = \frac{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า}}{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดอื่น}}$$

หรือ

$$E_c = \frac{\% \Delta Q_A}{\% \Delta P_B}$$

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องนั้น อาจมีค่าเป็นลบหรือเป็นบวกขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของสินค้าทั้ง 2 ประเภท ถ้าสินค้า A เป็นสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกันกับ สินค้า B (complementary) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้า A ต่อราคาสินค้า B จะมีค่าเป็นลบในทางตรงกันข้าม ถ้าสินค้า A เป็นสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนสินค้า B ได้ (substitute) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้า A ต่อสินค้า B จะมีค่าเป็นบวก ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อราคาสินค้า B เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้า A เพิ่มขึ้น และเมื่อราคาสินค้า B ลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้า A ลดลงเช่นกัน หากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้า A ต่อสินค้า B มีค่าเป็นศูนย์ แสดงว่าสินค้า A และสินค้า B ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

#### ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะของอุปสงค์ (Characteristics theory of demand)

ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะของอุปสงค์ Lancaster (Lancaster's Characteristics theory of demand) เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะต่างๆ ที่ประกอบเป็นสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นๆ โดย Lancaster (1966) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้ปัจจัยเชิงกายภาพหรือวัตถุประสงค์บางประการในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด หรือผู้บริโภคตัดสินใจเลือกทางเลือกหรือสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยพิจารณาจากคุณลักษณะต่างๆ ที่ประกอบกันเป็นสินค้าหรือทางเลือกนั้นๆ มากกว่าตัวสินค้าเอง ซึ่งในอดีตนี้นักเศรษฐศาสตร์เห็นว่าปัจจัยทางด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า ต่อมา มีแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะสินค้าต่างๆ ที่น่าจะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า นอกจากราคา ซึ่งมีการนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการศึกษาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ต้องการนำเสนอที่มีรูปแบบ ก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุดก่อนออกสู่ตลาด

นอกจาก Lancaster ยังชี้ให้เห็นว่าในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะแยกลักษณะสินค้า (characteristics) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า (relevant characteristics) และไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า (irrelevant

characteristics) โดยพบว่าเมื่อลักษณะสินค้ากลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าดังกล่าว ในขณะที่ลักษณะสินค้ากลุ่มที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกนั้น เมื่อมีการเปลี่ยนไปจะไม่ส่งผลกระทบต่อ การเลือกซื้อสินค้าชนิดดังกล่าว

ทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะเป็นทฤษฎีพื้นฐานของแบบจำลองทางเลือก (choice modeling) เนื่องจากการกำหนดลักษณะต่างๆของสินค้าเพื่อให้ผู้ตอบตัดสินใจเลือก ในการกำหนดคุณลักษณะนั้นจำเป็นต้องเลือกคุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้านั้นด้วย

ในการตัดสินใจแต่ละครั้งผู้บริโภคหรือผู้ซื้อก็มีส่วนสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า พฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละคนมีความแตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้บริโภคหรือว่าผู้ซื้อ แม้กระทั่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

#### การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (วิทวัส รุ่งเรือง 2550)

ลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) จะถูกผลกระทบจากปัจจัยด้านต่างๆดังต่อไปนี้

##### 1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (cultural factors) ประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (culture) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความต้องการและพฤติกรรมของคน โดยเด็กที่กำลังเติบโต จะได้รับอิทธิพลของค่านิยม (values) การรับรู้ (perceptions) ความชอบ (preferences) และพฤติกรรม (behaviors) มาจากครอบครัว และสถาบันที่สำคัญๆ เช่น โรงเรียน เป็นต้น

1.2 วัฒนธรรมย่อย (subculture) ในแต่ละวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วยวัฒนธรรมย่อยๆ ซึ่งจะมีความแตกต่างออกไป ซึ่งจะนำไปสู่การแบ่งส่วนตลาด และการออกแบบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (4 P's) ที่แตกต่างกันออกไปประกอบด้วย

- เชื้อชาติ สัญชาติ เช่น ไทย จีน อเมริกา อังกฤษ ลาว เป็นต้น
- ศาสนา เช่น พุทธ อิสลาม คริสต์ ซิกข์ เป็นต้น
- พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ เช่น ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้ เป็นต้น

1.3 ชั้นทางสังคม (social class) การแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นลำดับขั้นที่แตกต่างกัน โดยอาศัยตัวแปรต่างๆอาทิ รายได้ อาชีพ การศึกษา ความมั่งคั่ง แหล่งที่พักอาศัย เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปสามารถแบ่งชั้นทางสังคมออกเป็น 3 ระดับ ชั้นด้วยกันคือ

- ชั้นระดับสูง (upper class)
- ชั้นระดับกลาง (middle class)
- ชั้นระดับต่ำ (lower class)

สมาชิกที่อยู่ในชั้นทางสังคมเดียวกัน ก็จะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมที่คล้ายๆกัน ชั้นทางสังคมที่แตกต่างกันจะนำไปสู่ความชอบในผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าที่แตกต่างกันไปด้วย เช่น กลุ่มคนชั้นสูง ส่วนใหญ่จะให้เสื้อผ้า brand name ขับรถยนต์ราคาแพง เช่น benz jaguar กิจกรรมยามว่าง ต้องไปเล่นกอล์ฟ หรือออกงานสังคม เป็นต้น

#### ชั้นทางสังคม มีลักษณะสำคัญดังนี้

- คนที่อยู่ในชั้นทางสังคมเดียวกัน มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน
- คนจะได้รับตำแหน่งที่สูงกว่า ต่ำกว่าตามชั้นทางสังคม
- ชั้นทางสังคมชี้ให้เห็นถึงกลุ่มของตัวแปรต่างๆ เช่น อาชีพ รายได้ ความมั่งคั่ง การศึกษา มากกว่าที่จะใช้เพียงแค่ตัวแปรเดียว

- คนแต่ละคนสามารถเปลี่ยนชั้นทางสังคมให้สูงขึ้น/ต่ำลงได้ตลอดช่วงชีวิตของเขา

#### 2. ปัจจัยทางด้านสังคม (social factors) ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (reference groups) ประกอบด้วยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) กลุ่มอ้างอิงทางตรง (direct or membership groups) คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทางตรง และมีการติดต่อกันแบบเผชิญหน้า แบ่งเป็น

- กลุ่มปฐมภูมิ (primary groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ และมีรูปแบบการติดต่อแบบไม่เป็นทางการ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น

- กลุ่มทุติยภูมิ (secondary groups) มีการติดต่อกันแบบนานๆครั้ง และมีรูปแบบการติดต่อแบบเป็นทางการ เช่น กลุ่มทางศาสนา กลุ่มวิชาชีพ หรือกลุ่มทางการค้า เป็นต้น

2) กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (indirect groups) คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางอ้อม ไม่ได้มีการรู้จัก เป็นการส่วนตัว แบ่งเป็น

- กลุ่มใฝ่ฝัน (aspirational groups) บุคคลที่บุคคลอื่นต้องการจะเป็นเหมือน เช่น นักแสดง นักร้อง นายแบบ นางแบบ พิธีกร นักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

- กลุ่มไม่พึงปรารถนา (dissociative group) บุคคลที่ค่านิยมหรือพฤติกรรมที่บุคคลอื่นปฏิเสธ

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคล 3 ทางด้วยกัน คือ

1. กลุ่มอ้างอิงทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ๆ
2. มีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวความคิดส่วนของตนเอง
3. มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

2.2 ครอบครัว (family) ครอบครัวถือเป็นองค์กรในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงชั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสมาชิกในครอบครัวจะมีการแบ่งบทบาทและอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อดังนี้

- ผู้ชาย เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
- ผู้หญิง เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
- ผู้หญิงและผู้ชาย มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อร่วมกัน

2.3 บทบาทและสถานภาพ (roles and statuses) ผู้บริโภคแต่ละคนจะอยู่ในกลุ่มหลายๆ กลุ่มแตกต่างกันออกไป เช่น ครอบครัว ที่ทำงานสมาคม เป็นต้น ดังนั้นตำแหน่งของบุคคลในแต่ละกลุ่มจะถูกกำหนดในรูปของบทบาทและสถานภาพ ตัวอย่างเช่น นายทักษิณ เมื่ออยู่กับพ่อแม่จะแสดงบทบาทเป็นลูกชาย เมื่ออยู่กับครอบครัวจะมีบทบาทเป็นสามีและหัวหน้าครอบครัว เมื่อไปทำงานจะแสดงบทบาทเป็นประธานบริษัท เป็นต้น

สรุปแล้วบทบาทจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลถูกคาดหวังให้ปฏิบัติ โดยสิ่งที่จะปฏิบัตินั้นขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่รอบข้าง

นอกจากนี้ในแต่ละบทบาทจะประกอบไปด้วยสถานภาพ ซึ่งคนจะซื้อสินค้าที่บ่งบอกถึงสถานภาพของตนเอง เช่น ประธานบริษัท ต้องขับรถเบนซ์ ใ้สุด เป็นต้น ดังนั้นหน้าที่ของนักการตลาดจะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์รวมถึงตราสินค้าของเรานั้น เหมาะสำหรับลูกค้าที่อยู่ในบทบาทและสถานภาพใดแล้วทำการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ค้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2553 จากเว็บไซต์ <http://classroom.hu.ac.th/coueware/maketing/index14.html>)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.1 ความหมายของการบริโภค

การบริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตเป็นสินค้าและบริการอื่นๆ การบริโภคไม่ได้หมายความว่าถึงการรับประทานอาหารอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจ แต่เพียงอย่างเดียว การใช้สินค้าอื่นๆ และการใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งก็คือการบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น การไปพบแพทย์เมื่อยามเจ็บป่วย การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การประกันภัย ฯลฯ จึงสรุปได้ว่าการกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งสิ้นเปลืองไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็นกรบริโภคทั้งสิ้น (วศิณา จันทรศิริ 2550 “การคุ้มครองและพฤติกรรมผู้บริโภคด้านอาหารและโภชนาการ”)

สมจิต จันทรฉาย (2533) ให้ความหมายพฤติกรรมกรรมการบริโภคว่า หมายถึง การแสดงออกซึ่งความสามารถในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการบริโภค ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและเลือกใช้บริการ การจัดการด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆ การคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของตนและสังคม การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว จะต้องอาศัยความรู้ทักษะตลอดจนทัศนคติที่มีต่อการบริโภค ผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคที่ดีก็คือ ผู้ที่แสดงพฤติกรรมกรรมการบริโภคในลักษณะอันพึงประสงค์

Engel et al. (1968) ให้ความหมายของ “พฤติกรรมผู้บริโภค” ว่าเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

อดุลย์ จาคูรงกุล (2549) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆเหล่านี้

Schiffman และ Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและบริการสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

พฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการ คือ (วศินา จันทรศิริ 2550)

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถสนองตอบได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาจนถึงจะบรรลุนั้นความต้องการได้

2. ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จะเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรม เพื่อสนองตอบความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรือตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความคาดหวัง (Reaction to Thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์ และเลือกวิธีการใหม่

กระทรวงสาธารณสุขและสถาบันอาหาร (2550) ได้รวบรวมความคิดของนักวิชาการสาขาต่างๆ สรุปความหมายของพฤติกรรมกรบริโภคว่า เป็นแบบแผนการบริโภคอาหารที่สังคมปฏิบัติอย่างกว้างขวาง สม่่าเสมอ และต่อเนื่องกันหลายช่วงอายุคน จนเป็นบริโภคนิสัยซึ่งดำรงอยู่อย่างกลมกลืนกับระบบสังคมใหญ่ ให้ความหมายทางชีวิตสังคมแก่ผู้บริโภค ทำหน้าที่จรรโลงสื่อความหมาย และกำหนดความสัมพันธ์ทางสังคมในมวลหมู่สมาชิก ตลอดจนสร้างความพึงพอใจหล่อเลี้ยงชีวิต และพฤติกรรมกรกินอาหารส่วนใหญ่แก่สมาชิกในสังคม

วศินา จันทรศิริ (2550) ชี้ว่าสิ่งที่ควรพิจารณาในการเลือกบริโภคอาหาร ได้แก่

1. ความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกในการเลือกบริโภคอาหาร เพราะแม้ว่าอาหารจะมีคุณค่าทางโภชนาการสูงเพียงใด แต่อาหารนั้นจะไม่มีความปลอดภัย ถ้าหากบริโภคเข้าไปแล้วเกิดโทษแก่ร่างกาย ทำให้เกิดความเจ็บป่วยหรือถึงกับเสียชีวิต ซึ่งสาเหตุของความไม่ปลอดภัยในอาหารมาจากหลายสาเหตุรวมกัน ได้แก่

1.1 จุลินทรีย์ เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้อาหารเน่าเสียหรือเป็นพิษ และไม่เหมาะที่จะบริโภค ได้แก่ แบคทีเรีย (bacteria) ยีสต์ (yeast) และรา (mold)

1.2 พยาธิ ซึ่งสามารถปะปนในอาหารทั้งเนื้อสัตว์ดิบๆทุกชนิด หรือในผักผลไม้ที่ล้างไม่สะอาด ในอาหารดิบ เช่น พยาธิตัวตืด พยาธิปากขอ พยาธิใบไม้ในตับ พยาธิเส้นด้าย พยาธิเข็มหมุด ตัวจืด พยาธิเหล่านี้จะดูดกินอาหารในร่างกาย ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารไม่เพียงพอ ทำให้เกิดโรคต่างๆได้ เช่น โรคโลหิตจาง เกิดจากพยาธิปากขอ

1.3 สารเคมี ปัจจุบันมีการใช้สารเคมีมากขึ้น เพื่อให้อาหารมีคุณภาพเป็นที่พอใจของผู้บริโภค สารเคมีที่ใช้กันมาก ได้แก่ ผงชูรส สีผสมอาหาร สารที่ทำให้กรอบ และสารพิษประเภทปราบศัตรูพืช

2. คุณภาพอาหาร มีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของบุคคล สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

2.1 คุณภาพทางกายภาพ (Physical Quality) เป็นคุณภาพความพอใจที่บอกได้ด้วยประสาทสัมผัส เช่น การจับต้อง สูดดมในเรื่องสี กลิ่น รส เนื้อสัมผัสของอาหาร ซึ่งต้องมีความรู้ประสบการณ์ จึงจะสามารถเลือกอาหารให้ได้คุณภาพทางกายภาพ อาหารที่มีรสชาติดีสะอาด จัดสวยงามประณีต ในบรรยากาศที่สงบ ย่อมให้ความรู้สึกต่างกับอาหารที่รสชาติดี แต่ไม่ประณีต



ในการจัด หรือบรรยากาศอีกทีก็กรีกโครม สิ่งเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อสุขภาพจิต มีผลทางอ้อมต่อสุขภาพกาย

2.2 คุณภาพทางโภชนาการ (Nutrition Quality) เป็นคุณภาพของสารอาหารที่มีในอาหาร ซึ่งมีความหมายว่า อาหารนั้นมีสารอาหารที่ร่างกายนำไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งการที่จะระบุว่าอาหารใดมีคุณภาพทางโภชนาการดีหรือไม่ ต้องอาศัยผลการวิเคราะห์หิววิจัยทางด้านอาหารและโภชนาการ ซึ่งผู้ที่จะเลือกบริโภคอาหารเพื่อให้ได้คุณภาพทางโภชนาการดี ต้องมีความรู้ทางด้านดังกล่าวประกอบด้วย ซึ่งคุณภาพทางโภชนาการของอาหารมีผลโดยตรงต่อสุขภาพ มีผลทางอ้อมต่อสุขภาพจิต

คุณภาพทางกายและคุณภาพทางโภชนาการ มีความสัมพันธ์กัน อาหารที่มีคุณภาพทางกายภาพดี จะมีคุณภาพทางโภชนาการดีเช่นกัน

3. เศรษฐกิจ การที่จะใช้เงินค่าอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ ให้ได้อาหารดี เป็นที่พอใจ คู้มค่าเงินหรือเกินค่าเงิน ต้องกำหนดหลักการที่แน่นอนในการใช้เงินเอาไว้ และยึดถืออย่างเคร่งครัด

4. ความชอบ เป็นความรู้สึกส่วนบุคคล หรือความรู้สึกของเฉพาะกลุ่มที่แสดงความพอใจอาหาร ซึ่งมีปัจจัยที่มีผลต่อความชอบได้แก่

4.1 วัย วัยเด็ก วัยหนุ่มสาว วัยสูงอายุ มีความชอบต่างกัน เนื่องจากผลทางสรีรวิทยา

4.2 นิสัยการบริโภคของแต่ละคน ประสบการณ์ในอาหารการกินที่บุคคลได้รับมาในเวลานั้น ย่อมมีความสัมพันธ์กับความชอบอาหารในเวลาต่อมา เช่น บางบ้านมีน้ำอัดลมเป็นเครื่องดื่มประจำบ้าน ใช้ดื่มต่างน้ำ สมาชิกย่อมเคยชินกับบริโภคนิสัยดังกล่าว เป็นต้น

4.3 สภาวะของร่างกาย ความชอบของบุคคลอาจเปลี่ยนไปได้เมื่อสภาวะของร่างกายเปลี่ยนไป เช่น ผู้ที่ชอบอาหารรสจัด จะเปลี่ยนเป็นรสจืดเมื่อเป็นโรคระเคาะอาหาร เป็นต้น

วศินา จันทรศิริ (2550) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรบริโภคอาหาร มีหลายปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านกายภาพ (Physical Factors) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมีอาหารสำหรับบริโภค โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1.1 การผลิตอาหาร (Food Production) อาหารที่บริโภคสามารถแยกเป็น 2 พวกใหญ่ๆ คือ จำพวกพืชและสัตว์ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิต ดังนั้นผลผลิตของอาหารทั้งในปริมาณและคุณภาพ จะเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ชุมชนที่มีสภาพแวดล้อม มีปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม ผลผลิตอาหารก็จะมีมากพอสำหรับการบริโภคได้ ภาวะสุขภาพของประชาชนจึงมี

ผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการผลิตอาหาร ถ้าประชาชนออกอยากขาดสารอาหารจะไม่สามารถเพิ่มผลผลิตได้มากขึ้นกว่าเดิมได้ วงจรเช่นนี้มีผลเสียต่อประเทศชาติเป็นอย่างมาก

1.2 การกระจายอาหาร (Food Distribution) หมายถึง การนำอาหารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือความสามารถในการผลิตอาหารของแต่ละแหล่งผลิต แตกต่างทั้งชนิด ปริมาณ และคุณภาพของอาหาร นอกจากนี้การคมนาคมขนส่งก็เป็นสิ่งที่จะช่วยให้มีอาหารหมุนเวียนไปสู่ส่วนต่างๆในชุมชน

1.3 การประกอบอาหาร (Food Preparation) หมายถึง การทำอาหารสดให้พร้อมที่จะกินได้ ประกอบด้วย การเลือก ล้าง ปอก หั่น ปิ้ง ฯลฯ ตามประเภทของอาหาร ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือทางอุตสาหกรรมมีผลให้เกิดการเสียคุณค่าทั้งสิ้น เช่น การหุงต้ม ทำให้อาหารย่อยง่ายและบางกรณี กลิ่น รสและสีอาจจะดีขึ้นแต่คุณค่าอาหารจะลดลง ซึ่งใช้อุณหภูมิและเวลานาน จะสูญเสียได้มาก หรือการใส่ผลโซดาทำให้ขมฟูลงในแป้งเสียวิตามินได้เช่นกัน ดังนั้นในการประกอบอาหารจึงไม่นิยมหั่นเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย ไม่ล้างหรือแช่น้ำนานเกินไป ไม่ใส่น้ำมาก หุงต้มในเวลาสั้นและควรปิดฝาให้มีการถูกกับอากาศน้อยที่สุด

1.4 การแปรรูปอาหาร (Food Processing) หมายถึง กรรมวิธีต่างๆทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งการบรรจุภาชนะเพื่อทำให้อาหารอยู่ในสภาพที่กินได้ หรือเหมาะแก่การนำไปใช้ ประกอบอาหารชนิดใหม่ การแปรรูปอาหาร มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งต่อการกระจายอาหาร เพราะถ้าอาหารสำเร็จรูปได้ผ่านขบวนการแปรรูปที่มีประสิทธิภาพ มีการบรรจุหีบห่อเรียบร้อย จึงทำให้ขนส่งอาหารได้คราวละมากๆและไปได้ไกลๆ โดยอาหารไม่เสื่อมคุณภาพไปจากเดิม ประชาชนก็จะมีอาหารบริโภคทั่วถึงทุกชุมชน

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) เป็นสาเหตุสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารในครอบครัวที่มีรายได้น้อย ความยากจนเป็นเหตุสำคัญที่ทำให้คนต้องขาดอาหาร เนื่องจากขาดกำลังซื้ออาหารที่จำเป็นมาบริโภค และปัจจัยด้านเศรษฐกิจมักมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ กล่าวคือ ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำมักจะเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องอาหารที่ควรบริโภคน้อย จึงไม่รู้จักใช้เงินที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุด องค์ประกอบของปัจจัยด้านนี้ คือ

2.1 รายได้ของครอบครัว รายได้มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญมากกับอาหารการกิน แต่มีข้อพิจารณา คือ แม้มีเงินมากพอสมควรก็อาจจะไม่ได้กินอาหารที่ดี มีสารอาหารครบถ้วนและมีประโยชน์แก่ร่างกายก็ได้ แต่ก็ยังดีกว่าครอบครัวที่มีเงินไม่พอที่จะซื้ออาหาร เพราะถ้าไม่ฉลาดในการซื้อหรือขาดความรู้ในทางโภชนาการแล้วก็มักจะไม่ได้อาหารที่มีคุณประโยชน์แก่ร่างกายมากิน

2.2 ราคาอาหาร ซึ่งมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับการซื้ออาหาร ถ้าอาหารใดมีมากราคาของอาหารก็จะถูก ในทางตรงกันข้ามถ้าอาหารใดมีน้อยราคาก็จะแพง ผู้ที่ฉลาดในการซื้อก็อาจจะ

ซื้อของที่มีราคาไม่แพง บางทีอาหารก็แพงขึ้นไปเองตามค่าของเงินที่ตกต่ำลง จึงทำให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไปโดยรับประทานอาหารอย่างประหยัด

### 3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Factors)

พูลสุข สังข์รุ่ง (2550) วัฒนธรรม เป็นคำที่มาจากภาษาบาลีสันสกฤตโดยคำว่า “วัฒน” แปลว่า สิ่งที่เจริญงอกงาม ความก้าวหน้า ส่วนคำว่า “ธรรม” แปลว่า คุณความดีและเมื่อนำคำทั้งสองมารวมกันจะเกิดเป็นคำว่า “วัฒนธรรม” ซึ่งมีความหมายว่า คุณธรรมหรือลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ซึ่งความสำคัญของวัฒนธรรม มีดังนี้

3.1 วัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพราะเป็นแบบแผนหรือการดำรงชีวิตของมนุษย์ ถ้าปราศจากวัฒนธรรมมนุษย์ก็ไม่สามารถอยู่ได้

3.2 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ถ่ายทอดทางพันธุกรรมหรือติดตัวมนุษย์มาแต่กำเนิด และเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมร่วมกัน

3.3 วัฒนธรรมเป็นการยอมรับร่วมกัน เมื่อสมาชิกในสังคมนั้นๆ ได้สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อเป็นสิ่งที่นำร่องบอกทิศทางและสิ่งที่ควรปฏิบัติในสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยวัฒนธรรมนั้นจะต้องได้รับการยอมรับจากสมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมเพราะจะทำให้วัฒนธรรมนั้นสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

3.4 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ ซึ่งวัฒนธรรมเกิดจากการเรียนรู้ของสมาชิกในสังคมเพื่อให้ทราบถึงวิธีปฏิบัติตลอดจนเข้าใจความหมายของสิ่งที่ต้องกระทำร่วมกัน

3.5 วัฒนธรรมมีการถ่ายทอด ซึ่งวัฒนธรรมใดๆ ที่สร้างขึ้นมานั้นจำเป็นต้องมีการถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นหลังให้ทราบถึงความเป็นมาและความสำคัญเพื่อให้คนรุ่นหลังเกิดความรู้สึกหวงแหนและต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมนั้นๆ จึงส่งผลทำให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรมและทำให้วัฒนธรรมนั้นๆ ไม่สูญหาย

3.6 วัฒนธรรมแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน ซึ่งสังคมแต่ละสังคมมีความแตกต่างกันและมีสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมือนกันส่งผลให้วัฒนธรรมในแต่ละสังคมมีความแตกต่างกันโดยเราไม่สามารถกำหนดได้ว่าวัฒนธรรมของสังคมใดดีหรือด้อยกว่ากัน

3.7 วัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งวัฒนธรรมมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของสภาพสังคม เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

3.8 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อาจเสื่อมสลายได้ ซึ่งวัฒนธรรมในสังคมหนึ่งๆ ถ้าไม่มีการพัฒนาหรือถ่ายทอดจากบรรดาสมาชิกที่อยู่ในสังคม วัฒนธรรมนั้นๆ ก็อาจเสื่อมสลายหรือถูกวัฒนธรรมอื่นเข้ามาสอดแทรกจนกระทั่งถูกกลืนวัฒนธรรมได้

3.9 วัฒนธรรมเป็นผลรวมของหลายๆสิ่ง หลายๆอย่าง ซึ่งวัฒนธรรมของสังคมหนึ่ง เป็นผลรวมของแบบแผนหรือแนวทางในการดำเนินชีวิตซึ่งประกอบขึ้นมาจากสิ่งต่างๆหลายๆอย่าง เข้าด้วยกัน โดยนำมารวมกันได้เป็นวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมหลักนั้นก็สามารแบ่งเป็น วัฒนธรรมย่อยๆ ได้อีกเพราะในสังคมใดสังคมหนึ่งยากที่จะใช้วัฒนธรรมแบบเดียวกันหมดได้

3.10 วัฒนธรรมเป็นมรดกของสังคม ซึ่งวัฒนธรรมเป็นสมบัติของส่วนรวมไม่ได้เป็น ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ส่งผลทำให้ วัฒนธรรมในอดีตสามารถถ่ายทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและถือเป็นสมบัติของทุกคนในสังคมนั้นๆ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า วัฒนธรรมหมายถึงแบบแผนการดำรงชีวิตที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เป็นที่ยอมรับและปฏิบัติร่วมกัน เพื่อถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นหลัง

ปัจจัยด้านนี้อาจทำให้บุคคลรับประทานอาหารบางอย่างไม่ได้ ทั้งๆที่อาหารนั้นมีมาก มี คุณภาพดี และราคาไม่แพง ศาสนาบางศาสนาห้ามกินอาหารบางชนิด ทั้งๆที่เป็นอาหารที่มีคุณภาพ ดี เช่น คนฮินดูไม่กินเนื้อวัว คนอิสลามไม่กินเนื้อหมู เป็นต้น องค์ประกอบของปัจจัยด้านนี้ได้แก่

1. การศึกษา การศึกษาของพ่อแม่มีความสำคัญต่อการรับประทานอาหารของสมาชิกใน ครอบครัว ถ้าพ่อแม่ที่มีการศึกษาก็จะมีความรู้ในเรื่องการรับประทานอย่างถูกต้องนั่นก็คือ รู้ว่าอาหารประเภทใดมีประโยชน์ต่อร่างกาย ก็จะเลือกซื้อมาให้สมาชิกบริโภคและละเว้นในอาหารที่ ให้โทษ หรือถ้าเป็นผู้มีการศึกษาคิดแต่ขาดความรู้ในเรื่องนี้ก็ยังสามารถหาเอกสารในเรื่องอาหารมา อ่านได้ และยังคงช่วยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคอาหารบางประเภทได้ด้วยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาของแม่จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารของครอบครัวมาก เพราะเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องอาหารภายในบ้านทั้งหมด

2. อาชีพ ลักษณะของอาชีพมีความสำคัญต่อการบริโภคอาหาร นั่นคือ ขึ้นอยู่กับชนิดของ งาน เช่น ผู้ใช้แรงงานจะต้องพิจารณาจากชนิดของงานว่า งานนั้นต้องออกแรงมากหรือออกแรง น้อย จะเห็นได้ว่าประเทศที่พัฒนาจะทำการเกษตรอย่างสบาย ออกแรงทำงานน้อยเพราะมีเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องทุ่นแรง ตรงกันข้ามกับประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งไม่มีเครื่องทุ่นแรง เกษตรกรต้องใช้ แรงงานตนเองทำงานทุกอย่าง เรียกว่า ทำงานหนักนั่นเอง

3. ขนาดของครอบครัว จำนวนของคนที่อยู่ในครอบครัวจะมีผลกระทบต่อปริมาณและ คุณภาพของอาหารที่บริโภค กล่าวคือ ถ้ารายได้คงที่แต่ขนาดของครอบครัวใหญ่ขึ้นมีจำนวน สมาชิกมากขึ้น อาหารที่รับประทาน การเลือกซื้ออาหาร เลือกใช้สารเคมีในอาหารย่อมจะต้องเป็น สิ่งที่มีราคาถูกและด้อยคุณภาพ ส่งผลกระทบไปถึงสุขภาพของสมาชิกในครอบครัวทุกคน ดังนั้น การที่ครอบครัวมีขนาดเพิ่มขึ้น ในขณะที่รายได้ของครอบครัวคงที่ ย่อมจะมีผลต่อการบริโภค

อาหารไปในทางที่จะเลือกปริมาณอาหารให้พอเพียงแก่การบริโภคมากกว่าคำนึงถึงคุณค่าหรือประโยชน์ของอาหารที่มีต่อร่างกาย

4. จิตวิทยาเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร การรับประทานอาหารมีความสัมพันธ์กับอารมณ์ของคน บุคคลจะมีความชอบอาหารใดหรือมีวิธีการกินอาหารอย่างไร ขึ้นอยู่กับการอบรมสั่งสอนมาตั้งแต่เด็ก แม้มือถือพลต่อการรับประทานอาหารของลูก ในขณะที่ป้อนอาหาร ให้ความรัก กำลังใจ ความรู้สึกพึงใจ เป็นผลให้เกิดความชอบหรือไม่ชอบอาหารบางชนิด อาหารที่เคยชอบรับประทานตอนเด็กมักจะเป็นอาหารที่ชอบไปจนกระทั่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่

5. ศาสนา มีอิทธิพลต่ออาหารการกินมนุษย์มานาน โดยศาสนาจะเป็นตัวกำหนดว่าสิ่งใดที่มนุษย์บริโภคได้หรือไม่ได้ บริโภคได้เป็นบางระยะ บางวัน และบางครั้ง อาจกำหนดวิธีการเตรียมหรือประกอบอาหารนั้นๆ เพื่อการบริโภคด้วย ก่อให้เกิดนิสัยการบริโภคอาหารที่เป็นสัญลักษณ์ประจำสำหรับแต่ละศาสนา เช่น ศาสนาอิสลามจะไม่บริโภคเนื้อหมู ชาวฮินดูไม่บริโภคเนื้อวัว นอกจากนมหรืออาหารที่ประกอบจากนม

6. วัฒนธรรม เป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่มนุษย์ได้ประพฤติปฏิบัติกันมา และถ่ายทอดให้กับรุ่นต่อไป หรือให้กับผู้ที่มาอยู่ใหม่ในสังคม ซึ่งสิ่งที่กำหนดรูปแบบของวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ ภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ และอิทธิพลของกลุ่ม ซึ่งมีเชื้อชาติต่างกัน โดยภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติแบบเดียวกันจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมแบบเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน เช่น คนภาคเหนือมีการบริโภคอาหารแบบขันโตก คือ นั่งรองโต๊ะกลมเดี่ยว ใช้มือหยิบข้าวเหนียวพอกำปั้นเป็นก้อนกลมจิ้มอาหารแล้วใส่เข้าปาก เป็นวิธีการแบบเดียวกับคนพม่า นอกจากนี้ ความเชื่อบริโภคนิสัยขนบธรรมเนียมประเพณี ที่เกี่ยวข้องกับการรับประทานอาหาร เป็นปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทอย่างมากในพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้มักจะปฏิบัติสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน จนเกิดการเรียนรู้ ความเชื่อ ทักษะคิด และความเคยชินต่ออาหาร จนกลายเป็นนิสัยไปในที่สุด

7. สื่อมวลชน ในสังคมปัจจุบันบุคคลทุกเพศทุกวัย ส่วนใหญ่ผูกพันกับสื่อมวลชน ได้แก่ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ เทปเพลง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือและสิ่งพิมพ์อื่นๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล เพราะจะทำให้ได้รับทั้งข่าวสารความรู้ ความบันเทิง จะช่วยเปิดมุมมองของสังคมและโลกให้กว้างขึ้น ซึ่งบุคคลต้องรู้จักเลือกสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับอรรถภาพของตน เพื่อจะมีพฤติกรรมที่เหมาะสม

4. ปัจจัยด้านชีวภาพ (Biological Factors) การรับประทานอาหาร เป็นการนำอาหารเข้าสู่ร่างกายทางปาก ซึ่งมีปัจจัยร่วม คือ

4.1 ความหิว (Hunger) เกิดจากสภาพร่างกาย ที่เนื่องมาจากการอดอาหารทำให้เกิดความปรารถนาที่จะได้รับอาหารขึ้น เมื่อเกิดความหิว บุคคลจะไม่คำนึงถึงคุณค่าในการเลือกอาหารบริโภค เป็นความรู้สึก ที่เจ้าตัวไม่พึงพอใจ

4.2 ความอยากอาหาร (Appetite) เป็นความรู้สึกที่เจ้าตัวมักพึงพอใจ และเกิดจากสภาพจิตใจมากกว่าทางสรีระ ซึ่งเป็นความปรารถนาที่จะได้รับอาหาร ที่คนพึงพอใจในรูป รส กลิ่น สี หรือลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งหมด แม้เมื่อรู้สึกอิ่มก็เกิดความอยากอาหารได้

4.3 รสชาติของอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับอาหารของบุคคล บางคนชอบอาหารชนิดนั้น เพราะมีรสชาติอร่อย หรือไม่ชอบกินอาหารเพราะมีรสไม่ดี ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารของบุคคล จึงมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความรู้สึกในการรับรสชาติของอาหารซึ่งแต่ละบุคคลมีความรู้สึกด้านรสชาติของอาหารแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับอายุ เพศ และการสัมผัสของอาหาร

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค สามารถศึกษาได้ทั้งในแง่ของเศรษฐศาสตร์ และภูมิศาสตร์ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ มีการศึกษาโดยเน้นว่าผู้บริโภคมีการปฏิบัติอย่างไรมากกว่าที่จะศึกษาว่าทำไมผู้บริโภคจึงปฏิบัติเช่นนั้น (ธงชัย สันติวงศ์ 2549) จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเท่าที่ผ่านมา เป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อรูปแบบการบริโภคของผู้บริโภค เช่น งานของ Fred J. Prochaska and R.A Schrimper (1973) Benjamin sexauer (1979) Barbar J. Redmen (1980) Jean Kinsey (1983) Vicki A.McCraken and Jon Brandt (1987) เป็นต้น โดยที่รูปแบบของแบบจำลองการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค เป็นดังนี้คือ

$$C = f(Y)$$

โดยที่

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือน (ตามเวลาที่กำหนด)

Y คือ รายได้ของครัวเรือนที่ได้จากการทำงานของคนในครัวเรือน

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวมุ่งศึกษาถึงอิทธิพลในด้านต่างๆ ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ ประชากร ทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ฯลฯ ที่กระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับ การจัดหาให้ได้มาและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการ

ตัดสินใจซึ่งมีก่อนอยู่แล้ว และมีส่วนในการกระทำดังกล่าว (Engel et al. 1968) จากคำจำกัดความที่กล่าวมากระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนแล้วหมายความว่า ลักษณะการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้บริโภคอาจจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาต่างๆ ที่มีส่วนในการสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติและค่านิยมของผู้บริโภคอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นสิ่งที่มีมาก่อนแล้วนี้จะมีส่วนและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (จินตนา ทองธรรมชาติ 2533) นอกจากนั้นแล้วอิทธิพลจากความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนสภาพแวดล้อมอาจมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมซื้อที่แตกต่างกันทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ประสบการณ์ และความรู้สึกที่เป็นของตนเองหรืออิทธิพลจากแหล่งอื่นๆ อีก เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น (ปราณี คูเจริญไพศาล 2542)

#### 4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารนอกบ้านเท่าที่ผ่านมาส่วนใหญ่มุ่งศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้บริโภคอันได้แก่ ปัจจัยทางสังคม ประชากร และเศรษฐกิจ แต่ก็มีงานวิจัยบางชิ้นที่เพิ่มปัจจัยที่สนใจจะศึกษา เช่น คุณค่าเวลา และมีงานวิจัยบางส่วนเป็นงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลครัวเรือนผู้บริโภคของไทย ซึ่งประกอบด้วยงานวิจัยดังนี้

ชิดชม วัชรเนตร (2522) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสตรีที่ทำงานกับภาระความรับผิดชอบในครอบครัวศึกษาเฉพาะสตรีที่ทำงานในธนาคารพาณิชย์เขตกรุงเทพมหานคร ในเรื่องของการใช้เวลาพบว่าเวลาที่ใช้ในการทำงานนอกบ้านนั้น มีความแตกต่างจากเวลาที่ทำงานบ้านเมื่อมีการเปรียบเทียบกัน แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันนี้ สตรีส่วนใหญ่จะอุทิศเวลาให้กับการทำงานนอกบ้าน ส่วนในเรื่องของงานบ้านนั้นจะให้ความสนใจน้อยลง ทั้งนี้เพราะยังมีคนช่วยงานบ้านอยู่ ได้แก่ คนรับใช้ หรือบางครอบครัวก็มีญาติที่อาศัยอยู่ด้วยช่วยเหลือให้ ซึ่งพบว่าจากการที่สตรีออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้นส่งผลให้เรื่องของการทำอาหารลดน้อยลง โดยมีสตรีที่อยู่ในระดับบริหารทำอาหารเพียงร้อยละ 8.69 นอกจากนั้นเป็นการซื้ออาหารสำเร็จหรือรับประทานอาหารปิ่นโต

นภัส ศิริสัมพันธ์ (2527) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคของประชากรในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี โดยศึกษาธุรกิจการขายอาหารสำเร็จรูปขนาดย่อม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการกินอาหารที่ฟุ่มเฟือย เป็นพฤติกรรมการกินเพื่อความบันเทิง มากกว่ากินตามความจำเป็นการกินระหว่างมื้อ ส่วนผู้ชายนิยมซื้ออาหารสำเร็จที่กินอิมเป็นมื้อ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป ได้แก่ ความสะดวก รสนิ่ม ความชอบ หรือไม่ชอบ ราคา สี สัน และรสชาติของอาหาร ประชาชนเพียงส่วนน้อยที่ให้ความสนใจในด้าน ความสะอาด คุณค่า และคุณภาพอาหาร

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2533) ได้ศึกษาเรื่องตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้าน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อคำนวณค่าความน่าจะเป็นของการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านของครัวเรือน โดยใช้ข้อมูลการสำรวจครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2529 และใช้วิธีการประมาณ Probit เปรียบเทียบกับวิธี Logit และเสนอผลการประมาณ Engel Curve โดยวิธี Two-stage จากการศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบผลความน่าจะเป็นจากสมการ Probit และ Logit พบว่าไม่มีข้อแตกต่างกันในเรื่องเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์และผลลัพธ์คือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านคือ ลักษณะชุมชนครัวเรือนในเขตเทศบาลและสุขาภิบาลทำให้ครัวเรือนมีค่าความน่าจะเป็น ในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านสูงกว่าครัวเรือนในชนบทอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ในเขตกรุงเทพฯและภาคเหนือมีค่าความน่าจะเป็นในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านมากกว่าครัวเรือนในภาคอื่นๆ นอกจากนี้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านยังแปรผกผันกับอายุของหัวหน้าครัวเรือนและหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นผู้หญิง ค่าความน่าจะเป็นของการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านมากกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นชาย และหัวหน้าครัวเรือนที่มีอาชีพเป็นนักวิชาชีพ (professionals) มีค่าความน่าจะเป็นของการบริโภคอาหารนอกบ้านสูงสุดแต่อย่างไรก็ตามผลจากสมการ Logit มีความแม่นยำกว่าสมการ Probit ส่วนผลการประมาณ Engel Curve พอสรุปได้ดังนี้ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านต่อรายได้เท่ากับ 3.4-3.8 และเมื่อขนาดครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 คน ทำให้รายจ่ายบริโภคคนนอกบ้านเพิ่มขึ้น 24 -28 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน และครัวเรือนในเขตเทศบาลและกรุงเทพฯ มีแนวโน้มใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้านสูงกว่าครัวเรือนในชนบทประมาณ 450 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน ณ ระดับรายได้เท่ากัน ซึ่งงานดังกล่าวก็ยังมีปัญหาหลายอย่างได้แก่ การละเลยตัวแปรอื่นนอกเหนือจากตัวแปรรายได้ เช่น หน้าที่การงาน อายุ สุขภาพอนามัยหรือสภาพทางสังคมของผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นตัวกำหนดการบริโภคของผู้บริโภคก็ได้

วิไลลักษณ์ แสงคุณ (2533) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนในเทศบาลเมืองนครสวรรค์ พบว่า ผู้ที่บริโภคอาหารนอกบ้านส่วนใหญ่ มักมีเงื่อนไขของสภาพการทำงาน เพราะใช้เวลาในการทำงานอยู่นอกบ้านมากกว่าอยู่ในบ้าน ทำให้มีการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นประจำ โดยจะมีการบริโภคอาหารนอกบ้านเมื่อเย็นในโอกาสปกติมากกว่าโอกาสพิเศษ เนื่องจากโอกาสพิเศษจะเป็นโอกาสที่เกิดขึ้นนานๆครั้ง เฉพาะช่วงสำคัญของชีวิตบุคคลหรือชุมชน เช่นวันเกิด แต่งงาน บวช วันตรุษ เทศกาลต่างๆ เป็นต้น และพบว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในโอกาสปกติจะน้อยกว่าโอกาสพิเศษ



เขาวเรศ เขาวนพูนผล (2536) ได้ศึกษาการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของครัวเรือน ผู้บริโภคในเขตเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อศึกษาแบบอย่างการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภค และเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้านกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนผู้บริโภค การศึกษานี้ครอบคลุมเฉพาะครัวเรือนในเขตเมืองเชียงใหม่ โดยเลือกครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด 240 ครัวเรือน ในการเก็บข้อมูลใช้วิธีสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือนที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนและของครัวเรือน และทัศนคติในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุดผลการศึกษาแบบอย่างการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้าน ซึ่งแบ่งออกเป็นของหัวหน้าครัวเรือนและของทั้งครัวเรือน พบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านโดยเฉลี่ยซึ่งรวมทั้งอาหารมื้อกลางวันของหัวหน้าครัวเรือนเท่ากับ 266.9 บาทต่อสัปดาห์ คือเป็นร้อยละ 10.4 ของรายได้ต่อสัปดาห์ของหัวหน้าครัวเรือนและค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านโดยเฉลี่ยของทั้งครัวเรือนเท่ากับ 654.9 บาทต่อสัปดาห์ หรือคิดเป็นร้อยละ 15.2 ของรายได้ต่อสัปดาห์ของทั้งครัวเรือน ส่วนพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านที่นอกเหนือจากมื้อกลางวันนั้นหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นโสดและหัวหน้าครัวเรือนที่มีครัวเรือนแล้วมีความแตกต่างกันคือ หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นโสดจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเกือบทุกวัน โดยเป็นการบริโภคในมือเช้าหรืออาจเป็นมือเย็น ส่วนหัวหน้าครัวเรือนที่มีครัวเรือนแล้วมักจะพาครัวเรือนของตนออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนใหญ่มักจะเป็นในวันสุดสัปดาห์

ส่วนทัศนคติในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนนั้นพบว่า ปัจจัยที่กระทบต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนและครัวเรือนมากที่สุดคือ รายได้รวมทั้งหมดของครัวเรือน ยิ่งกว่านั้นหัวหน้าครัวเรือนร้อยละ 60 เห็นว่าการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย จึงมีหัวหน้าครัวเรือนที่ตอบว่าจะไม่พาครัวเรือนออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเมื่อหัวหน้าครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 85.4 ส่วนการเลือกสถานที่ที่จะพาครัวเรือนไปบริโภคหัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากเพื่อนหรือคนที่ทำงาน สิ่งที่หัวหน้าครัวเรือนคิดว่าสำคัญที่สุดที่จะต้องคำนึงถึงในการพาครัวเรือนไปบริโภคอาหารนอกบ้านคือ ความสะอาดของสถานที่ รองลงมาได้แก่ รสชาติอาหาร ความสะดวกในการไปบริโภค และราคาอาหาร ตามลำดับ ดังนั้นหัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่จะเห็นว่าสิ่งที่ร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ควรปรับปรุงมากที่สุดคือ ความสะอาดของร้านและอาหาร รองลงมาได้แก่ รสชาติอาหาร มารยาทของพนักงานในร้าน และสถานที่จอดรถ

เขาวเรศ เขาวนพูนผล ได้กล่าวถึงการนำตัวแปรคุณค่าเวลาเข้ามาในแบบจำลอง ซึ่งมีอยู่หลายชิ้นด้วยกันเช่น งานของ Prochaska และ Schrimper, Redmen, Kinsey (1973) เป็นต้น โดยที่งานดังกล่าวนี้ เป็นการวิเคราะห์ในส่วนของการใช้จ่ายทั้งหมดในการบริโภคอาหารนอกบ้านซึ่งให้ผลที่คล้ายคลึงกันอาจจะแตกต่างกันบ้างแต่ก็น้อยมาก แต่ในส่วนที่มีความแตกต่างกันอย่างมากก็คือ การนำเอาคุณค่าเวลาของครัวเรือนโดยมีวิธีการที่ประมาณตัวแปรนี้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น Prochaska และ Schrimper (1973) ได้ศึกษาเรื่องผลของต้นทุนค่าเสียโอกาสของเวลาและปัจจัยทางสังคมเศรษฐกิจอื่นๆ ที่มีต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยใช้ข้อมูลการสำรวจครัวเรือนของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกาในช่วงฤดูใบไม้ผลิ ปี 1965-1966 และแยกข้อมูลตามภาคออกเป็น 4 ภาค คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือตอนกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันตก โดยในแต่ละภาคประกอบด้วยเขตต่างๆ 3 เขต คือ เขตเมือง เขตชนบท แต่ไม่มีการทำเกษตร และเขตที่ทำเกษตร

การประมาณค่าในงานศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุด ในการประมาณค่าความยืดหยุ่น และพบว่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายมีค่าสูงสุดสำหรับครัวเรือนที่อยู่ในชนบท เมื่อเปรียบเทียบความยืดหยุ่นทางปริมาณและความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในเขตภูมิภาคเดียวกันพบว่า ครัวเรือนที่มีรายได้เพิ่มขึ้น มีแนวโน้มที่จะซื้ออาหารที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีขึ้นหรือที่ราคาแพงขึ้นนั่นก็คือในทุกๆกรณีความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายมีค่ามากกว่าความยืดหยุ่นทางปริมาณ ส่วนครัวเรือนที่มีแม่บ้านทำงานนอกบ้านทำให้มีต้นทุนค่าเสียโอกาสสูงจึงมีแนวโน้มในการบริโภคอาหารนอกบ้านมากกว่าครัวเรือนที่มีต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำ ครัวเรือนที่มีเด็กก่อนวัยเรียนอยู่ในครัวเรือนมีแนวโน้มที่ลดจำนวนมื้อการบริโภคอาหารนอกบ้าน (คือสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นลบ) ผลของการเพิ่มขึ้นของเด็กก่อนวัยเรียนในครัวเรือนจะมีมากกว่าผลการเพิ่มขนาดครัวเรือน ในขณะที่ครัวเรือนที่มีเด็กในวัยเรียนค่าสัมประสิทธิ์มีทั้งบวกและลบ ทั้งนี้แล้วแต่กิจกรรมที่ทางโรงเรียนที่จัดทำให้มีแนวโน้มการบริโภคนอกบ้านหรือไม่ ส่วนตัวแปรเชื้อชาตินั้นครัวเรือนนิโกรและเชื้อชาติอื่น มีแนวโน้มการบริโภคอาหารนอกบ้านมากกว่าครัวเรือนคนผิวขาวในเขตภาคใต้และภาคตะวันตก แต่มากกว่าเล็กน้อยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือของสหรัฐอเมริกา

ส่วนตัวแปรคุณค่าเวลา (W) ในการทำงานนี้ได้คำนวณค่าจ้างของแม่บ้านที่ได้รับจากสมการค่าจ้างซึ่งขึ้นอยู่กับอายุและการศึกษาของแม่บ้าน โดยใช้ข้อมูลการสำมะโนในปี 1960 และวิธีประมาณแบบการวิเคราะห์การถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุด ซึ่งทำให้ความยืดหยุ่นของรายได้ประมาณจากการวัดรายได้ที่รวมคุณค่าเวลาของแม่บ้านที่ไม่ได้ทำงานลดลง 10 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าความยืดหยุ่นของรายได้ประมาณรายได้ที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ถ้าหากไม่ใส่ตัวแปรคุณค่าเวลาของแม่บ้านลงไปในการอุปสงค์การบริโภคอาหารนอกบ้านของการศึกษา

นี้จำทำให้เกิดการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ bias ต่อตัวแปรอื่นๆ ในแบบจำลองได้ซึ่งเป็นส่วนที่  
ได้รับการวิจารณ์อย่างมากแต่ก็ถือว่าการวางรากฐานเพื่อการศึกษาอื่น

งานศึกษาของ Redman(1980) มีความแตกต่างจากงานของ Prochaska และ Schrimper  
(1973) (อ้างในเขวเรศ เขวพูนผล 2536) ในหลายๆ ด้านก็คือ งานของ Prochaska และ Schrimper  
(1973) ได้รวมเอาตัวแปรรายได้ของครัวเรือน ขนาดของครัวเรือน เชื้อชาติ ภูมิภาคและเขตที่อยู่  
(เมือง ชนบทและฟาร์ม) ไว้เป็นตัวแปรอธิบายเพื่อวัดต้นทุนค่าเสียโอกาสเวลาของแม่บ้านและ  
พบว่า ต้นทุนค่าเสียโอกาสเวลาของแม่บ้าน เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่ออุปสงค์การใช้จ่ายเพื่อการ  
บริโภคอาหารนอกบ้านในขณะทำงานของ Redman ได้รวมตัวแปรอายุและการศึกษาของผู้หญิงเข้า  
มาใน โมเดลอย่างชัดเจนและยังใส่ตัวแปรหุ่น เพื่อจำแนกระหว่างการทำงานหรือไม่ทำงานของ  
แม่บ้าน อย่างไรก็ตามโมเดลของ Redman ไม่ได้คำนวณคุณค่าเวลาอย่างชัดเจนเหมือนงานของ  
Prochaska และ Schrimper (1973) ส่วนผลการศึกษาของ Redman ใช้วิธี OLS และแบ่งสมการ  
ออกเป็นสมการสำหรับอาหารที่บริโภคนอกบ้านและสมการสำหรับอาหารที่เตรียมสำเร็จแล้ว  
พบว่ากรณีอาหารที่บริโภคอาหารนอกบ้าน ส่วนครัวเรือนมีผลเป็นบวก ในขณะที่ขนาดครัวเรือนมี  
ผลเป็นลบ ต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน ส่วนครัวเรือนที่มีเด็กก่อนวัยเรียนมีค่าสัมประสิทธิ์เป็น  
ลบมากกว่าในครัวเรือนอื่นแสดงว่ามีการบริโภคอาหารนอกบ้านน้อยกว่าครัวเรือนอื่น สำหรับ  
ครัวเรือนที่มีผู้หญิงอายุมากจะมีนัยสำคัญต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านน้อยกว่าครัวเรือนที่มี  
ผู้หญิงอายุน้อย แต่ครัวเรือนที่ภรรยาทำงานไม่มีนัยสำคัญต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านเลยทั้งนี้  
เนื่องจากตัวแปรนี้เป็นตัวแปรเกี่ยวกับผู้หญิงที่แต่งงานแล้วแต่ข้อมูลที่ได้มา มีผู้หญิงที่ยังไม่แต่งงาน  
ถึงร้อยละ 35 จึงทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ระหว่างตัวแปรภรรยาที่  
ทำงานแล้ว และรายได้ของครัวเรือนอันอาจทำให้เกิดไม่มีนัยสำคัญได้ ครัวเรือนที่อยู่ในเขตเมือง  
บริโภคอาหารนอกบ้านมากกว่าค่าเฉลี่ย ในขณะที่ครัวเรือนในชนบทมีการบริโภคอาหารนอกบ้าน  
ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย

งานศึกษาอีกชิ้นหนึ่งที่มีแนวการศึกษาที่คล้ายคลึงกับงานของ Redman คืองาน ของ Jean  
Kinsey (1983)(อ้างในเขวเรศ เขวพูนผล 2536) ซึ่งได้ทดสอบผลของรายได้จากแหล่งต่างๆ ของ  
ครัวเรือนรวมทั้งรายได้ที่ได้จากการทำงานของภรรยา และเด็กที่ทำงานเต็มเวลาและบางเวลาที่มีต่อ  
แนวโน้มการบริโภคส่วนเพิ่ม (marginal propensity to consume : MPC) ของการบริโภคอาหารนอก  
บ้าน โดยข้อมูลที่ใช้จะเลือกเฉพาะครัวเรือนที่มีการแต่งงานแล้วเท่านั้นและได้ใส่ตัวแปรหุ่นเพื่อทำ  
ให้เกิดความแตกต่างระหว่างภรรยาที่ทำงาน (เต็มเวลาหรือบางเวลา) และภรรยาที่ไม่ได้ทำงานส่วน  
วิธีที่ใช้ประมาณใช้วิธี Tobit

จากผลการศึกษาพบว่า รายได้จากแหล่งต่างๆ ทั้งหมดยกเว้นจากการทำงานของภรรยาที่ทำงานเต็มเวลาได้ทำให้ค่า MPC ของการบริโภคอาหารนอกบ้านมากกว่า MPC ของการบริโภคอาหารนอกบ้านที่ได้รายได้จากการทำงานของสามีคนผิวขาวมีการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารนอกบ้านมากกว่าและมีค่า MPC ของการบริโภคอาหารนอกบ้านสูงกว่าครัวเรือนที่ไม่ใช่คนผิวขาว ส่วนค่าความยืดหยุ่นของการที่จะบริโภคอาหารนอกบ้าน จุดสูงสุดของครัวเรือนคนผิวขาวคือ 0.18 อยู่ในช่วงรายได้ \$ 21,000 - \$ 24,000 ดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ครัวเรือนที่ไม่ใช่คนผิวขาวจุดสูงสุดคือ 0.30 อยู่ในช่วงรายได้ \$ 9,000 - \$ 12,000 ดอลลาร์สหรัฐ นั้นแสดงว่า ครัวเรือนที่ไม่ใช่คนผิวขาวมีแนวโน้มที่บริโภคอาหารนอกบ้านเร็วกว่าครัวเรือนคนผิวขาว ณ ระดับรายได้ที่ต่ำกว่า ซึ่งอาจดูจาก ความยืดหยุ่นของรายได้ต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านที่ค่าของครัวเรือนคนผิวขาวต่ำกว่าครัวเรือนที่ไม่ใช่คนผิวขาว

งานศึกษาที่ได้วัดคุณค่าเวลาอย่างชัดเจนอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของ Vivki A. Mc Cracken and Jon A. Brandt (1987)(อ้างในเขาวเรศ เขาวพูนผล 2536) ได้ศึกษาเรื่องการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน : ค่าใช้จ่ายทั้งหมดและแหล่งในการบริโภค โดยแหล่งในการบริโภคที่ศึกษาคือแหล่งการบริโภคที่เป็นแหล่งพาณิชย์ อันได้แก่ ภัตตาคาร แหล่งอาหารจานด่วน และแหล่งพาณิชย์อื่น โดยไม่รวมแหล่งที่เป็นพาณิชย์ เช่น โรงเรียน ที่ทำงานและบ้านแต่ละคนสมมติฐานของการศึกษาค้างนี้ คือ

1. ถ้าคุณค่าเวลาของครัวเรือนเพิ่มขึ้น จะเพิ่มการใช้จ่ายที่แหล่งอาหารจานด่วน มากกว่าที่ภัตตาคาร
2. ครัวเรือนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจะบริโภคที่ภัตตาคารมากกว่าที่แหล่งอาหารจานด่วน
3. ขนาดครัวเรือนและส่วนประกอบครัวเรือน ก่อให้เกิดการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหารนอกบ้านต่างกันตามแหล่งในการบริโภค

การประมาณค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านตามแหล่งอาหาร ผลลัพธ์ คือ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้มีการเพิ่มการบริโภคที่ภัตตาคารและแหล่งพาณิชย์ อื่นมากกว่าแหล่งอาหารจานด่วนในทางตรงกันข้าม ถ้าคุณค่าเวลาเพิ่มขึ้นทำให้มีการเพิ่มการบริโภคที่แหล่งอาหารจานด่วนและแหล่งพาณิชย์อื่นมากกว่าภัตตาคาร ส่วนในการแยกความยืดหยุ่น เป็นการชี้ให้เห็นความสำคัญของความแตกต่างของการมีส่วนร่วมของตัวแปรครัวเรือน รายได้และคุณค่าเวลา ซึ่งผลของความยืดหยุ่นเหล่านั้นแปรผันไปตามแหล่งอาหารที่บริโภค

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2541) ได้มีการสำรวจพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่าง 179 คน ซึ่งเน้นการสัมภาษณ์ในสถานที่จริง เฉพาะผู้ที่รับประทานอาหารในย่านอโศกและสัมภาษณ์เฉพาะในวันทำงานเท่านั้นปรากฏว่าคนในย่านอโศก

พึงพาอาหารนอกบ้านในมือเช้าร้อยละ 33.9 รองลงมาเป็นมือกลางวันร้อยละ 28.0 มือเย็นร้อยละ 24.3 และมือค่ำร้อยละ 13.7 โดยประเภทของอาหารที่คนเลือกรับประทานจะเป็นอาหารไทย ร้อยละ 57.3 ประเภทอาหารเครื่องดื่ม คือ น้ำอัดลม ร้อยละ 29.1 และของว่างที่เป็นที่นิยม คือ ไอศกรีม ร้อยละ 26.3 นอกจากนี้ยังมีการวิจัยในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารในแต่ละมือของคนในย่านอโศก ซึ่งนับว่าเป็นแนวทางในการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหารในอโศก

บริษัทนิสสัน รีเสิร์ท(2554) ประเทศไทยได้ทำการสำรวจออนไลน์เกี่ยวกับการทานอาหารนอกบ้านจากผู้บริโภคจาก 52 ประเทศทั่วโลกพบว่าถึงแม้ว่าจะอยู่ในภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผู้บริโภคชาวไทยยังคงออกไปทานข้าวนอกบ้านกันหลายครั้งภายในหนึ่งเดือนเนื่องจากความสะดวกสบายกว่าการทำอาหารทานเองร้านอาหารก็ควรจะเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายและอยู่ในราคาที่สมเหตุสมผล ทางที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จก็คือ การเตรียมอาหารที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและราคาที่เหมาะสม โดยที่ผู้บริโภคชาวไทยเลือกที่จะทานอาหารนอกบ้านในวันเสาร์และวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 31 และร้อยละ 30 ตามลำดับ) ประมาณหนึ่งในสาม(ร้อยละ 32) ของผู้บริโภคชาวไทยเปิดเผยว่าตนพิจารณาเลือกจาก ประเภทของอาหารก่อนเป็นอันดับแรก ในขณะที่ราคาอาหารที่เหมาะสมเป็นข้อพิจารณาลำดับรองลงมา(ร้อยละ 21) จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคในแถบเอเชียแปซิฟิกทานอาหารนอกบ้านมากกว่าผู้บริโภคในทวีปอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวฮ่องกงที่ผู้บริโภคสามสิบเอ็ดเปอร์เซ็นต์ทานอาหารที่ร้านอาหารทุกวัน ในทางกลับกันชาวยุโรปดูเหมือนว่าจะจะเป็นชาติที่ไม่นิยมนานอาหารนอกบ้านมากนัก โดยกว่าครึ่งของผู้บริโภค(ร้อยละ 56)ทานอาหารที่ร้านประมาณหนึ่งครั้งหรือน้อยกว่าหนึ่งครั้งต่อเดือน

สำหรับความถี่ในการออกไปทานอาหารนอกบ้าน ผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่

- ร้อยละ 24 ทานอาหารนอกบ้านครั้งถึงสองครั้งต่ออาทิตย์
- ร้อยละ 19 ทานอาหารที่ร้านอาหาร 2-3 ครั้งต่อเดือน
- ร้อยละ 15 ชอบทานอาหารนอกบ้านมากถึง 3-6 ครั้งต่ออาทิตย์
- ร้อยละ 50 ของผู้บริโภคชาวไทยชอบที่จะไปทานอาหารนอกบ้านกับครอบครัวและ

เพื่อน

- ร้อยละ 18 ชอบออกไปทานอาหารกับเพื่อนร่วมงาน
- ร้อยละ 13 ไปร้านอาหารกับคู่ของตน

มือที่นิยมทานที่ร้านอาหารมากที่สุด

- ร้อยละ 59 ในประเทศไทยนิยมทานมือเย็นนอกบ้านมากที่สุด

- ร้อยละ 39 นิยมอาหารมื้อกลางวัน
- ร้อยละ 2 นิยมอาหารมื้อเช้า
- ร้อยละ 57 เลือกที่จะทานอาหารไทยมากที่สุด
- ร้อยละ 26 นิยมอาหารญี่ปุ่น

สาเหตุที่ผู้บริโภคชาวไทยนิยมนานอาหารญี่ปุ่นรองมาจากอาหารของชาติตนนั้น เนื่องมาจากจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นที่เพิ่มมากขึ้นและการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพในประเทศไทย อาหารญี่ปุ่นจึงเป็นอาหารที่ชาวไทยนิยมมากในปัจจุบันและเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต อาหารญี่ปุ่นมีราคาที่ถูกลงและหาทานได้ง่ายขึ้น

ผลการวิจัยรายงานว่าไม่เพียงแต่ผู้บริโภคชาวไทยที่นิยมนานอาหารชาติของตนมากกว่าอาหารประเภทอื่นๆ ผู้บริโภคทั่วโลกก็เลือกอาหารประจำชาติของตนก่อนอาหารประเภทอื่นๆ เช่นกัน (ร้อยละ 27) อาหารต่างชาติที่ได้รับความนิยมมากคือ อาหารจีน และอาหารอิตาลี (ร้อยละ 26 และร้อยละ 17 ตามลำดับ) สำหรับผู้บริโภคที่นิยมอาหารชาติอื่นมากกว่าอาหารของตนได้แก่ ชาวออสเตรเลีย และชาวสิงคโปร์ ที่กล่าวว่าพวกเขาชอบอาหารจีนมากกว่าอาหารของชาติตน ส่วนชาวฮ่องกงนิยมอาหารญี่ปุ่นมากเป็นอันดับหนึ่ง และชาวสหรัฐอเมริกาชอบอเมริกันเป็นอันดับแรก ผู้บริโภคที่ชาติตนนิยมมากที่สุดในการเลือกร้านอาหารคือ ชาวอิตาลี โดยพบผู้บริโภคมากถึงร้อยละ 92 ที่นิยมนานอาหารประจำชาติ ลำดับรองลงมาคือชาวตุรกี (ร้อยละ 82) และชาวอินเดีย (ร้อยละ 81)

## สรุป

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ประมวลมาแล้วข้างต้น ทำให้ทราบและเข้าใจ การศึกษาการบริโภคอาหารนอกบ้าน และปัจจัยที่มีผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีเป็นหลักและเน้นใช้ทฤษฎีอุปสงค์และทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะของอุปสงค์เป็นแนวการศึกษาในครั้งนี้ด้วย เนื่องจากปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ คือตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาซื้อ โดยตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลงปริมาณซื้อมากขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงตระหนักดีว่าถ้าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารกำหนดราคาอาหารสูง อาจจะทำให้ผู้บริโภคอาหารนอกบ้านในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีลดการบริโภคอาหารนอกบ้านน้อยลง แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารกำหนดราคาอาหารให้ต่ำลง หรือเหมาะสมกับ

อาหารทำให้ผู้บริโภคร้านอาหารนอกบ้านเพิ่มการบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นไปด้วย นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะของอุปสงค์ ซึ่งทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะต่างๆที่ประกอบเป็นสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ซึ่งในอดีตนักเศรษฐศาสตร์เห็นว่าปัจจัยทางด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า แต่แนวคิดนี้มีการศึกษาโดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้าต่างๆที่ต้องนำเสนอรูปแบบสินค้า ในการศึกษาครั้งนี้ควรแนะนำแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารควรนำเสนอรูปแบบอาหารที่หลากหลาย และเมนูอาหารไม่ควรซ้ำกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอื่น เพราะในทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะต่างๆที่ประกอบเป็นสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ส่วนในการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของชิตชม วัชรเนตร (2522) ทำให้เห็นว่า สตรีที่ทำงานนอกบ้านส่งผลในเรื่องของการทำอาหารลดน้อยลง ซึ่งมีประโยชน์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากทำให้ทราบว่าครัวเรือนของผู้บริโภคที่มีสตรีทำงานนอกบ้าน ส่งผลในเรื่องของการทำอาหารภายในบ้านลดน้อยลง และนิยมซื้ออาหารสำเร็จหรือรับอาหารปิ่นโตจากนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านอาหารดีขึ้นตามความสะดวกของสตรีที่ทำงานนอกบ้าน

นภัส ศิริสัมพันธ์ (2527) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคของประชากรในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี โดยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการกินอาหารที่ฟุ่มเฟือย และมีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป เนื่องจากความสะดวก รสนิยม ความชอบ และรสชาติอาหาร ทำให้การศึกษาในครั้งนี้สังเกตเห็นว่า ผู้บริโภคอาหารนอกบ้านในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่อาจจะมีพฤติกรรมการกินอาหารที่ฟุ่มเฟือย มีความสนใจในด้านความสะดวก คุณค่า และคุณภาพอาหารน้อยลง

ดิเรก บัณฑิตวิวัฒน์ (2533) พบว่า ในเขตกรุงเทพฯ และภาคเหนือมีค่าความน่าจะเป็นในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านมากกว่าครัวเรือนในภาคอื่นๆ การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านยังแปรผกผันกับอายุหัวหน้าครัวเรือนและหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นผู้หญิง ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถนำมาเปรียบเทียบในการศึกษาในครั้งนี้ด้วย ในการศึกษาการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีอาจจะทำให้ทราบว่า มีปัจจัยหรือความน่าจะเป็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารนอกบ้านไปในทิศทางใด และอายุหัวหน้าครัวเรือนและหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นผู้หญิงจะแปรผกผันกับการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านอย่างไรบ้าง

ส่วนของเขาวเรศ เขาวนพูนผล (2536) ศึกษาแบบอย่าง การใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเมืองเชียงใหม่ และหาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้าน กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนผู้บริโภค ซึ่งมีประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ คือเป็นแนวทางในการศึกษาและเป็นแบบอย่าง การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน

เทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยรูปแบบในการศึกษาแบ่งการศึกษาออกเป็น ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน และทัศนคติของการบริโภคอาหารนอกบ้าน

ที่สรุปมาแล้วข้างต้น ทำให้การศึกษาในครั้งนี้ คำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นแบบแผนการบริโภคอาหารอย่างหนึ่งทั้งภายในและภายนอกบ้านเพราะผู้ประกอบการจะต้องศึกษาพฤติกรรมเหล่านี้ไปพัฒนาแหล่งประกอบการของตนว่าจะต้องทำอะไร ให้แหล่งประกอบการของตนรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างดียิ่งแล้วนั้นแสดงว่า แหล่งประกอบการนั้นประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี





### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีจุดมุ่งหมายเพื่อมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง นำผลการวิจัยไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพอาหารในร้านอาหารของตน และรูปแบบการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค โดยมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sampling Procedures)
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)
4. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
5. แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยผู้บริโภคที่ทำงานอยู่ในบริษัท/ห้างร้าน/ส่วนราชการในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างจากลักษณะสถานภาพการทำงานของหัวหน้าครัวเรือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ ได้แก่คนไทยที่ทำงานอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มีจำนวนทั้งสิ้น 127,753 คน เป็นเพศชายจำนวน 60,812 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 66,684 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สุราษฎร์ธานี 2554) ซึ่งได้จากการรวบรวมภาคสนามทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสถูกเลือกศึกษาโดยเท่าเทียมกัน จึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) โดยมีการแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

หัวหน้าครัวเรือนที่ทำงานรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	28 ครัวเรือน
หัวหน้าครัวเรือนที่ประกอบอาชีพส่วนตัว	จำนวน	24 ครัวเรือน
หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน	จำนวน	140 ครัวเรือน
หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นแม่บ้านและประกอบอาชีพอื่นๆ	จำนวน	124 ครัวเรือน
หัวหน้าครัวเรือนที่มีการรวมกลุ่มเป็นแบบกลุ่มสมาชิก	จำนวน	84 ครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยนี้ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่รับประทานอาหารนอกบ้านทั้งชายและหญิง โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (เพชรรัตน์ เพชรดี 2542) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยคำนวณจากกลุ่มประชากร เป้าหมายที่อยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีจำนวน 127,753 คน ซึ่งในการเลือกกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 คลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{127,753}{1 + 127,753(0.05)^2}$$

$$= 398.75$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยขั้นต่ำที่ 400 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน 2 ขั้นตอน ดังนี้

## 2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีวิจัย เป็นผู้พิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะคำถามที่มีความเที่ยงตรงแล้วไปทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

## 2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ โดยเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริงซึ่งเป็นการทดสอบก่อน จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลการทดสอบปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8454 ทั้งนี้ถ้าค่า Alpha เข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความน่าเชื่อถือหรือน่าเชื่อถือสูง จากผลที่ได้หมายความว่า โดยภาพรวมแล้ว แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ สรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ โดยส่วนประกอบของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของครัวเรือนผู้บริโภครวมประกอบด้วย

- 1.1 เพศของหัวหน้าครัวเรือน
- 1.2 อายุของหัวหน้าครัวเรือน
- 1.3 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน
- 1.4 จำนวนผู้ที่ทำงานในครัวเรือน
- 1.5 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู
- 1.6 ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน
- 1.7 ลักษณะอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน
- 1.8 รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภครวม

- 2.1 ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภครวม
- 2.2 ประเภทอาหาร ที่ครัวเรือนผู้บริโภครวมรับประทานมากที่สุด
- 2.3 ประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนผู้บริโภครวมชอบไปรับประทานมากที่สุด
- 2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ของหัวหน้าครัวเรือน

ส่วนที่ 3 ทศนคติและข้อคิดเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน

3.1 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน

3.2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจจะส่งผลต่อการไปบริโภคอาหารนอกบ้าน

3.3 เหตุผลเกี่ยวกับการเลือกสถานที่ที่จะไปบริโภคอาหารนอกบ้าน

2.3 นำแบบสอบถามที่ได้ศึกษาหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และครอบคลุมวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้นและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาต่อไป

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตัวอย่างจากประชากรในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ครัวเรือน ซึ่งข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามและให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการตอบข้อมูลในแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ทำงานและพักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาและผู้ช่วยเก็บข้อมูลดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลา 1 เดือน โดยผู้ช่วยเก็บข้อมูลมีการอบรมและทำความเข้าใจในแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 1 วัน จากนั้นผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ยังได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาในครั้งนี้

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 แนวทาง คือ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา(Descriptive Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในแนวทางนี้ ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ คือ

4.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของครัวเรือนตัวอย่าง ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภค ทศนคติและข้อคิดเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ข้อมูลส่วนนี้ใช้คำร้อยละนำเสนอผลการวิเคราะห์

**4.1.2 ระดับความคิดเห็นในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน** ในรอบ 1 เดือนที่มีผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านใช้ค่า ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประกอบการนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยมีการกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของระดับความคิดเห็น โดยกำหนดช่วงคะแนนเอาไว้ตั้งแต่ระดับ 1.00 ถึง 5.00 (เพ็ญแข แสงแก้ว 2538) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

**4.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน ในรอบ 1 เดือนที่มีผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านใช้ค่าไค- สแควร์ (Chi-square test) เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งประกอบด้วย**

- 1) ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน ประกอบด้วย ป.1-6 มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
- 2) สถานภาพการสมรส ประกอบด้วย โสด สมรส หม้าย
- 3) จำนวนผู้ที่ทำงานแล้วในครัวเรือน ประกอบด้วย จำนวนคน
- 4) เพศ ประกอบด้วย เพศหญิง เพศชาย
- 5) จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู (คน) ประกอบด้วย เด็กในวัยเรียน คนชรา ผู้พิการ สมาชิกในครัวเรือนที่ไม่มีงานทำ
- 6) อายุของหัวหน้าครัวเรือน ประกอบด้วย จำนวนปี
- 7) อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน ประกอบด้วย รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน รับจ้าง
- 8) รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน (ต่อเดือน) บาท/เดือน

**4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ(Quantitative Analysis)** ซึ่งการวิเคราะห์ในแนวทางนี้ ผู้วิจัยนำตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของ คริวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มาวิเคราะห์ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

**4.2.1 นำตัวแปรที่คาดว่าจะจะเป็นปัจจัยกำหนดปริมาณ** การบริโภคอาหารนอกบ้าน ของคริวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี มาทำการคัดเลือกเข้าสมการ โดยการวิเคราะห์สมการ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยสามารถนำตัวแปรดังกล่าวมาเขียนให้อยู่ในรูป ของฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ ได้ดังนี้

$$\ln Q = f \left\{ B_0 + B_1 \ln(\text{EDU}) + B_2 \ln(\text{AGE}) + B_3 \ln(\text{INC}) + B_4 \ln(\text{INT}) + B_5 \ln(\text{Pro}) + B_6 \ln(\text{SEX}) \right. \\ \left. + B_7 \ln(\text{loc}) + B_8 \ln(\text{Food}) \right\}$$



ตารางที่ 3.1 ตัวแปร ความหมาย วิธีวัด ที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปร	ความหมาย	วิธีวัด
Q	ความถี่ในการออกไปบริโภค อาหารนอกบ้าน	จำนวนครั้งในการออกไปบริโภค อาหารนอกบ้าน (จำนวนครั้ง/เดือน)
EDU	ระดับการศึกษา	การศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน
AGE	อายุ	อายุของหัวหน้าครัวเรือน
INC	รายได้	รายได้เฉลี่ยหัวหน้าครัวเรือน
INT	รายได้	รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน
Pro	อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน	ตัวแปรหุ่นแทนอาชีพของผู้ใช้ Pro <sub>1</sub> = 1000 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ Pro <sub>2</sub> = 0100 ประกอบอาชีพส่วนตัว Pro <sub>3</sub> = 0010 พนักงานบริษัทเอกชน Pro <sub>4</sub> = 0001 แม่บ้านและอื่นๆ
SEX	เพศของหัวหน้าครัวเรือน	ตัวแปรหุ่นแทนเพศหญิง,ชาย โดย 0 = เพศหญิง 1 = เพศชาย
Loc	ประเภทร้านอาหาร	ตัวแปรหุ่นแทนร้านอาหาร โดย Loc <sub>1</sub> = 10000 ร้านอาหารจานด่วน Loc <sub>2</sub> = 01000 pub & Restaurant Loc <sub>3</sub> = 00100 สวนอาหาร Loc <sub>4</sub> = 00010 ลานเบียร์ Loc <sub>5</sub> = 00001 กัตาคารและอื่นๆ
Food	ประเภทอาหาร	ตัวแปรหุ่นแทนประเภทอาหาร โดย Food <sub>1</sub> = 10000 อาหารอีสาน Food <sub>2</sub> = 01000 อาหารฝรั่ง Food <sub>3</sub> = 00100 อาหารไทย Food <sub>4</sub> = 00010 อาหารญี่ปุ่น Food <sub>5</sub> = 00001 อาหารจีนและอื่นๆ

1. นำตัวแปรที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปรตาม โดยวิธี Curve Estimation เมื่อได้รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เหมาะสมแล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์หาสมการอุปสงค์ที่เหมาะสมกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจ โดยนำมาวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ โดยดูค่า Adjusted  $R^2$  ซึ่งการตัดสินใจเลือกสมการอุปสงค์ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ดังกล่าวจะพิจารณาจากคุณสมบัติ ดังนี้

1.1 เครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ ซึ่งจะต้องมีค่าเป็นไปตามหรือสอดคล้องกับทฤษฎี

1.2 ค่า Adjusted  $R^2$  ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในการอธิบายว่าสมการที่สร้างนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลเพียงใด โดยค่า Adjusted  $R^2$  จะใช้ในการอธิบายค่าของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามได้ในรูปของร้อยละ หากผลที่ได้มีค่าเข้าใกล้ร้อยละ 100 มากเท่าใด ก็แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายค่าตัวแปรตามได้มากเท่านั้น

1.3 ค่า F-Statistic เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์กันหรือความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการ ในกรณีที่สมการมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป โดยพิจารณาที่ค่า F-test ซึ่งค่า F-test ที่ดีจะมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขึ้นไป หมายความว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว จะไม่มีค่าเท่ากับศูนย์ ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถนำมาอธิบายค่าตัวแปรตามได้

1.4 ค่า t - Statistic เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์กันหรือความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการ ในเมื่อค่า F-test มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถนำมาอธิบายค่าตัวแปรตามได้ ซึ่งจะเป็นตัวแปรใดนั้นสามารถพิจารณาได้จากค่า t-test จะต้องมียกระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขึ้นไป

2. เมื่อได้สมการอุปสงค์ที่เหมาะสมตามขั้นตอนที่ 2 แล้ว ผู้ศึกษานำตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) สถานภาพการสมรส ด้านอาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน เพศ ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน เข้ามาวิเคราะห์ในสมการถดถอยพหุคูณ เพื่อพิจารณาความแตกต่างของความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคภายในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ว่าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรเมื่อนำตัวแปรหุ่นมาพิจารณาในสมการถดถอย

3. ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ใช้ค่า ไคสแควร์ ประกอบการนำเสนอผลการวิเคราะห์

4. ในการหาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ต้องทำสมการให้เป็นสมการ log - linear โดยแยกเป็นรายได้หัวหน้าครัวเรือน กับรายได้ของทั้งหมดในครัวเรือนที่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละเดือน เพื่อทราบถึงความยืดหยุ่นต่อรายได้ในการใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้านของรายได้ 2 ประเภท ว่าเป็นอย่างไร แตกต่างกันหรือไม่



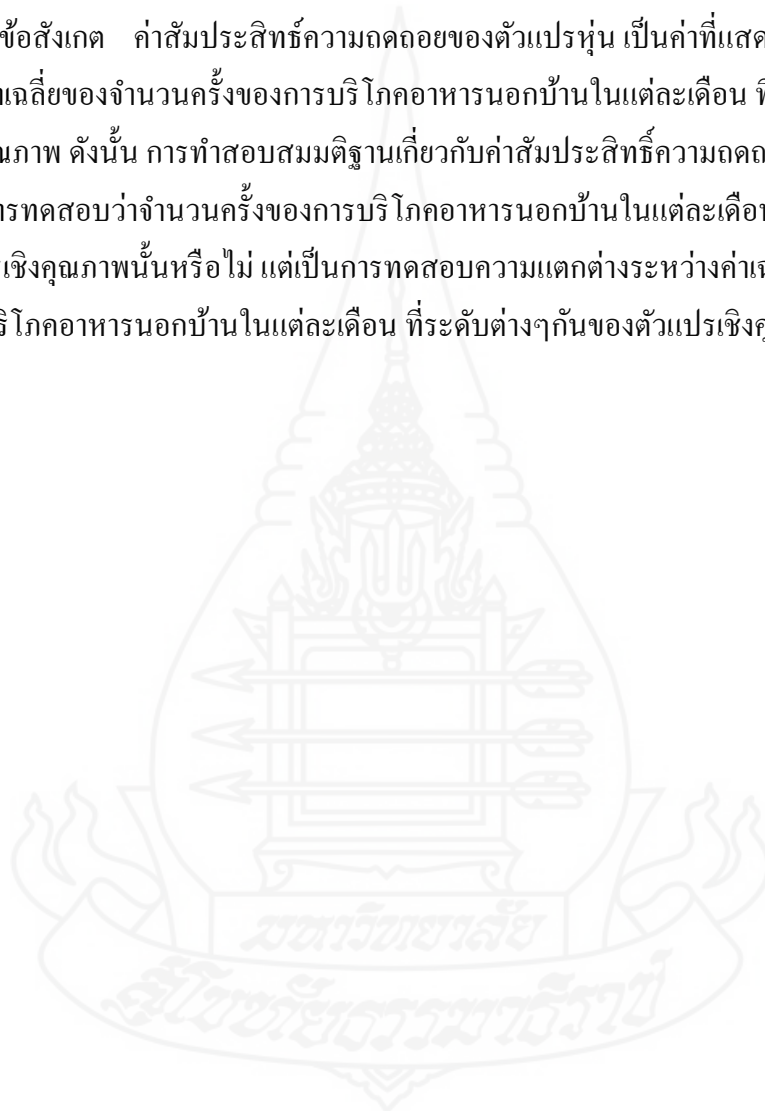
แบบจำลองของสมการแบบ log – linear

$$\ln Q = \beta_0 - \beta_1 \ln(\text{INT}) - \beta_2 \ln(\text{INC})$$

INT คือ รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน

INC คือ รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน

ข้อสังเกต ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรหุ่น เป็นค่าที่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของจำนวนครั้งของการบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละเดือน ที่ระดับต่างๆของตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนั้น การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรหุ่น จึงไม่ใช่การทดสอบว่าจำนวนครั้งของการบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละเดือน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรเชิงคุณภาพนั้นหรือไม่ แต่เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของจำนวนครั้งของการบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละเดือน ที่ระดับต่างๆกันของตัวแปรเชิงคุณภาพ



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาได้เลือกตัวอย่างทั้งหมด 400 ครั้วเรือ่น โดยผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปของครั้วเรือ่น สามารถจำแนกได้เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว จำนวนผู้ทำงานแล้ว และรายได้ ของครั้วเรือ่น ตัวแปรตาม ประกอบพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ได้แก่ ความถี่ในการออกไปรับประทานอาหาร (ครั้งต่อเดือน) งบประมาณในการบริโภคอาหาร (บาทต่อเดือน) ประเภทของอาหาร และประเภทของร้านอาหาร 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับครั้วเรือ่นตัวอย่าง ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครั้วเรือ่น และทัศนคติของหัวหน้าครั้วเรือ่นที่มีต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

#### 1. ลักษณะทั่วไปของหัวหน้าครั้วเรือ่นตัวอย่าง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยแสดงเป็นจำนวนร้อยละ ทั้งหมด 400 ครั้วเรือ่น ผลแสดงดังนี้

**1.1 เพศของหัวหน้าครั้วเรือ่น** จากการสำรวจครั้วเรือ่นผู้บริโภครู้พบว่า เพศของหัวหน้าครั้วเรือ่นเป็นเพศชาย จำนวน 261ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 64.6 หัวหน้าครั้วเรือ่นเป็นเพศหญิง จำนวน 139 ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 34.4

**1.2 อายุของหัวหน้าครั้วเรือ่น** จากการสำรวจครั้วเรือ่นผู้บริโภครู้พบว่า หัวหน้าครั้วเรือ่นที่อายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี มีมากที่สุด จำนวน 183 ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาเป็นหัวหน้าครั้วเรือ่นที่อายุช่วง 51 - 60 ปี จำนวน 97 ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 24 หัวหน้าครั้วเรือ่นที่อายุ 31-40 ปี จำนวน 55 ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 13.4 และหัวหน้าครั้วเรือ่นที่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 41 ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 9.8 ส่วนที่น้อยที่สุดคือ หัวหน้าครั้วเรือ่นที่มีอายุสูงกว่า 60 ปี จำนวน 24 ครั้วเรือ่น คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

**1.3 สถานภาพของหัวหน้าครัวเรือน** จากการสำรวจหัวหน้าครัวเรือนที่มีสถานภาพสมรส มีมากกว่าสถานภาพอื่นคิดเป็นจำนวน 286 ครัวเรือน เป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือหัวหน้าครัวเรือนที่มีสถานภาพโสด เป็นจำนวน 70 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 17.6 ส่วนหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นหม้ายหรือหย่าหรือแยกกันมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 44 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

**1.4 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน** จำนวนสมาชิกของครัวเรือนผู้บริโภคนในกลุ่มตัวอย่าง มีสมาชิกในครัวเรือนตั้งแต่ 1 ถึง 9 คน ซึ่งจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีจำนวนสูงสุด คือ 3- 4 คน จำนวน 196 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาได้แก่ครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 5- 6 คนมีจำนวน 118 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ของครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด และครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิก 1-2 คน มีจำนวน 53 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 13.1 ตามลำดับ ส่วนครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อยที่สุด คือครัวเรือนที่มีสมาชิกในครัวเรือน 7คนขึ้นไป มี 33 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

**1.5 จำนวนสมาชิกที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู** หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องเลี้ยงคนในวัยชรา จำนวน 159 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาคือต้องเลี้ยงดูเด็กในวัยเรียน จำนวน 116 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และต้องเลี้ยงดูผู้พิการจำนวน 88 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และภาระที่ต้องเลี้ยงดูน้อยที่สุดคือ ภาระที่ต้องเลี้ยงดูสมาชิกในครัวเรือนที่ไม่มีงานทำ จำนวน 37 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามลำดับ

**1.6 ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน** หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 มีจำนวน 177 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา ครัวเรือนที่หัวหน้าจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 131 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 32.4 ส่วนครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนจบการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวน 74 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุดคือ จำนวน 18 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

**1.7 อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน** ครัวเรือนในกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีหัวหน้าครัวเรือนประกอบอาชีพส่วนตัวซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 227 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 56.1 ของครัวเรือนตัวอย่าง รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 121 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 30.0 และกลุ่มที่หัวหน้าครัวเรือนที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 30 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ส่วนอาชีพอื่นๆซึ่งหมายถึง ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า ช่างทำผม เป็นต้น มีจำนวน 22 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

**1.8 รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน** จากการศึกษาพบว่า รายได้ของหัวหน้าครัวเรือนที่มีระดับรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 155 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมา คือหัวหน้าครัวเรือนที่มีระดับรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000บาทต่อเดือน มีจำนวน 79 ครัวเรือน คิด

เป็นร้อยละ 19.4 ส่วนหัวหน้าครัวเรือนที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 76 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และจากครัวเรือนตัวอย่างที่หัวหน้าครัวเรือนมีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 56 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ส่วนครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนมีรายได้ต่ำที่สุดซึ่งมีรายได้ระหว่าง 1,001-5,000 บาท มีจำนวน 34 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 8.3

**1.9 รายได้ของสมาชิกในครัวเรือนรวมทั้งหมด (ยกเว้นหัวหน้าครัวเรือน)** จากการศึกษาพบว่ารายได้ของสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้ระหว่าง 1,001 - 5,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุดคือ 195 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมา คือ สมาชิกที่มีระดับรายได้ในช่วง 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 120 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนที่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 33 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 25 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ส่วนสมาชิกในครัวเรือนที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 27 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 6.75

**1.10 จำนวนสมาชิกที่ทำงานแล้วในครัวเรือน** จากการศึกษาพบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ทำงานแล้วที่มีจำนวน 1-2 คน มีจำนวน 279 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมา จำนวนสมาชิกที่ทำงานแล้วที่อยู่ในครัวเรือนในช่วง 3-4 คน มีจำนวน 97 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 24 และจำนวนสมาชิกที่อยู่ในช่วง 5-6 คน มีจำนวน 20 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และที่น้อยที่สุดคือสมาชิกมากกว่า 7 คนที่ทำงานแล้วภายในครัวเรือนมีจำนวน 4 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับครัวเรือน	จำนวนครัวเรือน (n = 400)	ร้อยละ
<b>1. เพศของหัวหน้าครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
1.1 ชาย	261	64.6
1.2 หญิง	139	34.4
<b>2. อายุของหัวหน้าครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
2.1 20 – 30 ปี	41	9.8
2.2 31 – 40 ปี	55	13.4
2.3 41 – 50 ปี	183	45.4
2.4 51 – 60 ปี	97	24
2.5 สูงกว่า 60 ปี	24	6.2
<b>3.สถานภาพสมรส</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
3.1 โสด	70	17.6
3.2 สมรส	286	70.8
3.3 หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	44	11.6
<b>4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
4.1 1-2 คน	53	13.1
4.2 3-4 คน	196	48.5
4.3 5-6 คน	118	29.2
4.4 7 คนขึ้นไป	33	9.2
<b>5. จำนวนคนในครัวเรือนที่ต้องเลี้ยงดู</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
5.1 เด็กในวัยเรียน	116	28.7
5.2 คนชรา	159	39.4
5.3 ผู้พิการ	88	21.8
5.4 สมาชิกในครัวเรือนที่ไม่มีงานทำ	37	10.1
<b>6. ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
6.1 ประถมศึกษาปีที่ 1-6	177	43.8
6.2 มัธยมศึกษา	131	32.4

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับครัวเรือน	จำนวนครัวเรือน (n = 400)	ร้อยละ
6.3 ปริญญาตรี	74	18.3
6.4 สูงกว่าปริญญาตรี	18	5.5
<b>7. ลักษณะอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
7.1 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	121	30.0
7.2 ประกอบอาชีพส่วนตัว	227	56.1
7.3 พนักงานบริษัทเอกชน	30	7.4
7.4 แม่บ้านและอื่นๆ	22	6.5
<b>8. รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
8.1 1,001-5,000 บาท	34	8.3
8.2 5,001-10,000 บาท	155	38.1
8.3 10,001-15,000 บาท	79	19.4
8.4 15,001- 20,000 บาท	56	13.8
8.5 มากกว่า 20,000 บาท	76	20.4
<b>9. รายได้ของสมาชิกในครัวเรือนรวมทั้งหมด(ยกเว้นหัวหน้าครัวเรือน)</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
9.1 1,001-5,000 บาท	195	48.75
9.2 5,001-10,000 บาท	120	30.00
9.3 10,001-15,000 บาท	33	8.25
9.4 15,001- 20,000 บาท	25	6.25
9.5 มากกว่า 20,000 บาท	27	6.75
<b>10. จำนวนผู้ทำงานแล้วในครัวเรือน</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
10.1 1-2 คน	279	69.0
10.2 3-4 คน	97	24.0
10.3 5-6 คน	20	4.9
10.4 7 หรือ มากกว่า 7 คน	4	2.1

ที่มา : จากการสำรวจ

## 2. ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน ผู้บริโภค

ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภครายนี้ ดังตารางที่ 4.2 แสดงถึงจำนวนร้อยละของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภค ดังนี้

2.1 ความถี่การรับประทานอาหารนอกบ้านของครัวเรือน ในรอบ 1 เดือนหัวหน้าครัวเรือน ออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 129 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาเฉลี่ยเดือนละ 2-3 ครั้ง จำนวน 155 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 38.4 และเฉพาะโอกาสพิเศษ เช่นวันเกิด จำนวน 76 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 19.88 และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือความถี่ของหัวหน้าครัวเรือนออกไปรับประทานอาหารเฉลี่ยน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 40 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

2.2 ค่าใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย (บาท ต่อคน)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ประมาณ 200-300 บาท ต่อคน/ต่อครั้งมีจำนวน 157 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ ประมาณ 100-200 บาท ต่อคน/ต่อครั้ง มีจำนวน 108 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และประมาณ 300-400 บาท ต่อคน/ต่อครั้ง มีจำนวน 90 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดมากกว่า 400 บาท ต่อคน/ต่อครั้ง มีจำนวน 45 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 12.1

2.3 ประเภทของอาหารนอกบ้านที่ครัวเรือนนิยมเลือกรับประทาน พบว่า ครัวเรือนที่ชอบบริโภคอาหารไทยมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 263 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมา ครัวเรือนที่ชอบบริโภคอาหารอีสาน มีจำนวน 101 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 25 และชอบบริโภคอาหารฝรั่ง จำนวน 19 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และชอบบริโภคอาหารจีนและอาหารอื่นๆ จำนวน 9 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ประเภทอาหารที่ครัวเรือนชอบบริโภคน้อยที่สุดคือ อาหารญี่ปุ่น จำนวน 7 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 1.7

2.4 ประเภทของร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบไปรับประทานอาหาร พบว่าร้านอาหารประเภทสวนอาหาร ครัวเรือนชอบไปรับประทานอาหารมีจำนวน 226 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาคือร้านอาหารประเภทภัตตาคารและอื่นๆ มีจำนวน 90 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และร้านอาหารประเภทจานด่วน มีจำนวน 44 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และร้านอาหารประเภท Pub and

Restaurant มีจำนวน 28 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และร้านอาหารที่ครั้วเรือนชอบไปรับประทาน อาหารน้อยที่สุดคือ ลานเบียร์ มีจำนวน 10 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

2.5 ผู้ที่หัวหน้าครั้วเรือนมักออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านด้วย พบว่า หัวหน้าครั้วเรือน ออกไปบริโภคอาหารกับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 288 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ บริโภคกับเพื่อนหรือเพื่อนที่ทำงานจำนวน 71 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และหัวหน้าครั้วเรือน ออกไปบริโภคคนเดียวมีจำนวน 30 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และที่หัวหน้าครั้วเรือนออกไป บริโภคด้วยมีจำนวนน้อยที่สุดคือ บริโภคกับบุคคลอื่นๆ เช่น เจ้านาย มีจำนวน 11 ครั้วเรือน คิดเป็น ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครั้วเรือนผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวนครั้วเรือน (n = 400)	ร้อยละ
<b>1. ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน</b>		
<b>ของครั้วเรือน ในรอบ 1 เดือน</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
1.1 เฉลี่ยเดือนละ 2 – 3 ครั้ง	155	38.4
1.2 เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง	129	31.9
1.3 เฉพาะโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด ฯลฯ	76	19.8
1.4 เฉลี่ยน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	40	9.9
<b>2. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ของครั้วเรือน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย</b>	<b>(ต่อคน) ครั้งละเท่าใด</b>	
2.1 ประมาณ 100-200 บาท	157	39.2
2.2 ประมาณ 200-300 บาท	108	26.7
2.3 ประมาณ 300-400 บาท	157	38.9
2.4 มากกว่า 400 บาท	90	22.3
<b>3. อาหารนอกบ้านประเภทใดที่ครั้วเรือนของ</b>	<b>45</b>	<b>12.1</b>
<b>นิยมเลือกรับประทานมากที่สุด</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
3.1 อาหารไทย	263	65.1
3.2 อาหารอีสาน	10	2.5
3.3 อาหารฝรั่ง	19	4.7
3.4 อาหารจีน และอาหารอื่นๆ	9	2.2



ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวนครัวเรือน (n = 400)	ร้อยละ
3.5 อาหารญี่ปุ่น	7	1.7
<b>4. ประเภทของร้านอาหารที่ครัวเรือนของท่านชอบไปรับประทานมากที่สุด</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
4.1 ร้านประเภทสวนอาหาร	226	55.9
4.2 ร้านอาหารประเภทภัตตาคารและอื่นๆ	90	23.4
4.3 ร้านอาหารประเภทจานด่วน	44	10.9
4.4 PUB and Reataurant	28	6.9
4.5 ลานเบียร์	10	2.9
<b>5. ส่วนใหญ่ (หัวหน้าครัวเรือน) ออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านกับใคร</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
5.1 บริโภคกับครอบครัว	288	71.3
5.2 บริโภคกับเพื่อนหรือเพื่อนที่ทำงาน	71	17.6
5.3 บริโภคคนเดียว	30	7.4
5.5 อื่นๆ	11	3.7

ที่มา : จากการสำรวจ

### 3. ความเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน

ตารางที่ 4.3 ได้แสดงถึง ความเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยแสดงถึงจำนวนและร้อยละของความเห็นเกี่ยวกับการบริโภคอาหารนอกบ้าน ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

#### 3.1 ความเห็นของผู้บริโภค ที่เห็นว่าการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย

เนื่องจากเห็นว่าไม่เป็นการประหยัดรายได้ของครัวเรือนมากที่สุด จำนวน 233 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ การสร้างความสะดวกสบายให้แก่สมาชิกในครัวเรือนมากเกินไป จำนวน 89 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และราคาอาหารในบางครั้งไม่เหมาะสม จำนวน 52 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และมีความคิดอื่น ๆ น้อยที่สุด จำนวน 26 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 6.4

#### 3.2 ความเห็นของผู้บริโภคที่เห็นว่าการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ไม่ฟุ่มเฟือย

เนื่องจากการประหยัดเวลาในการทำอาหารมากที่สุด จำนวน 174 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาคือต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆ จำนวน 90 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 22.3 เพื่อเข้าสังคมและต้องการผ่อนคลายจำนวน 71 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และเพื่อความสะดวกสบายจำนวน 65 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

### 3.3 ความเห็นของผู้บริโภคที่เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการไปบริโภคอาหารนอกบ้าน

ความเห็นเกี่ยวกับรายได้ทั้งหมดของครั้วเรือนที่เป็นปัจจัยที่อาจจะส่งผลต่อการไปบริโภคอาหารนอกบ้าน จำนวน 132 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ รายได้เฉพาะหัวหน้าครั้วเรือนคนเดียว จำนวน 114 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และความเห็นเกี่ยวกับการมีพาหนะและอื่นๆ จำนวน 81 ครั้วเรือนคิดเป็นร้อยละ 21.0 เหตุผลที่น้อยที่สุดคือขนาดครั้วเรือน จำนวน 73 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ

### 3.4 ความเห็นของผู้บริโภคที่เห็นว่าถ้ารายได้ของครั้วเรือนเพิ่มขึ้น ครั้วเรือนผู้บริโภคจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น

เนื่องจากการประหยัดเวลาในการทำอาหาร จำนวน 197 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ เพื่อความสะดวกสบาย 98 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ชอบในรสชาติอาหารของร้านอาหารที่ไปใช้บริการ จำนวน 75 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 18.6 และเหตุผลที่น้อยที่สุดคือต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆและเพื่อเข้าสังคมหรือต้องการผ่อนคลายความเครียดหลักจากการทำงาน จำนวน 30 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

### 3.5 ความเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับถ้ารายได้ของครั้วเรือนเพิ่มขึ้น ครั้วเรือนผู้บริโภคจะไม่ออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น

พบว่า ไม่เป็นการประหยัดรายได้ของครั้วเรือนจำนวน 159 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาคือ สร้างความสะดวกสบายให้แก่สมาชิกจำนวน 110 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ราคาอาหารในบางครั้งไม่เหมาะสมจำนวน 86 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และเหตุผลอื่นๆเกี่ยวกับทัศนคติและข้อคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับถ้ารายได้ของครั้วเรือนเพิ่มขึ้น ครั้วเรือนผู้บริโภคจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านไม่เพิ่มขึ้นจำนวน 45 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ซึ่งเป็นเหตุผลที่มีน้อยที่สุด

### 3.6 ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานที่ที่จะบริโภคอาหารนอกบ้าน

พบว่า มีความเห็นเกี่ยวกับรสชาติอาหารในการเลือกสถานที่ที่จะบริโภคอาหารนอกบ้านมากที่สุดจำนวน 170 ครั้วเรือน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือความสะอาดของสถานที่จำนวน

84 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และราคาอาหาร 79 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.6 และเหตุผลที่น้อยที่สุดคือ การบริการของพนักงานในร้านและอื่นๆ มีจำนวน 67 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ

### 3.7 แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับสถานที่ที่จะออกไปบริโภคอาหารจากแหล่งใดมากที่สุด

พบว่า เพื่อนหรือคนงานที่ทำงาน 167 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ สมาชิกในครั้วเรื่อนจำนวน 88 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และสื่อโฆษณาต่างๆจำนวน 79 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.6 เหตุผลที่น้อยที่สุดคือ เหตุผลอื่นๆมีจำนวน 66 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

### 3.8 ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงสถานที่ขายอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีควรมีการปรับปรุงในเรื่องใด

พบว่า มีความเห็นเกี่ยวกับรสชาติอาหารมากที่สุด จำนวน 165 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือราคาอาหารจำนวน 93 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และสถานที่จอดรถ/การบริการของพนักงานจำนวน 74 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และเหตุผลที่น้อยที่สุดคือ ความสะอาดของร้านอาหารจำนวน 68 ครั้วเรื่อน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของความเห็นของหัวหน้าครั้วเรื่อนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน

ความเห็นของผู้บริโภค	จำนวนครั้วเรื่อน (n = 400)	ร้อยละ
<b>1. การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็น</b>		
<b>สิ่งที่พุ่มเพื่อย</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
1.1 การที่เห็นว่าไม่เป็นการประหยัด	233	57.7
รายได้ของครั้วเรื่อน		
1.2 การสร้างความสะดวกสบาย	89	22.0
ให้แก่สมาชิกในครั้วเรื่อนมากเกินไป		
1.3 ราคาอาหารในบางครั้งไม่เหมาะสม	52	12.9
1.4 อื่นๆ	26	6.4

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความเห็นของผู้บริโภค	จำนวนครัวเรือน (n = 400)	ร้อยละ
<b>2.การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ ไม่ฟุ่มเฟือย</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
2.1 เป็นการประหยัดเวลาในการ ทำอาหาร	174	43.1
2.2 เปลี่ยนบรรยากาศใหม่	90	22.3
2.3 การเข้าสังคมและการผ่อนคลาย ความเครียดหลังจากการทำงาน	71	17.6
2.4 ความสะดวกสบาย	65	16.1
<b>3.ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหาร นอกบ้าน</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
3.1 รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน	132	32.7
3.2 รายได้เฉพาะหัวหน้าครัวเรือน	114	28.2
คนเดียว		
3.3 การมีพาหนะและอื่นๆ	81	21.00
3.4 ขนาดครัวเรือน (จำนวนสมาชิก ในครัวเรือน)	73	18.1
<b>4.เหตุผลที่ออกไปบริโภคอาหารนอก บ้านเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
4.1 เป็นการประหยัดเวลาในการ ทำอาหาร	197	48.8
4.2 ความสะดวกสบาย	98	24.3
4.3 ความชอบในรสชาติอาหารของ ร้านอาหารที่ไปใช้บริการ	75	18.6
4.4 ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศและ เข้าสังคมหรือต้องการผ่อนคลาย ความเครียดหลังจากการทำงาน	30	8.3

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความเห็นของผู้บริโภค	จำนวนครัวเรือน (n = 400)	ร้อยละ
<b>5.เหตุผลที่ไม่ออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน แม้ว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
5.1 ไม่เป็นการประหยัดรายได้ของครัวเรือน	159	39.4
5.2 สร้างความสะดวกสบายให้แก่สมาชิกใน ครัวเรือนมากเกินไป	110	27.2
5.3 ราคาอาหารในบางครั้งไม่เหมาะสม		
5.4 อื่นๆ	86	21.3
<b>6.ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกสถานที่ประเภท ร้านอาหาร</b>	<b>45</b>	<b>11.1</b>
<b>ร้านอาหาร</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
6.1 รสชาติอาหาร		
6.2 ความสะอาดของสถานที่	170	42.1
6.3 ราคาอาหาร	84	20.8
6.4 การบริการของพนักงานในร้านและ อื่นๆ	79	19.6
	67	16.6
<b>7.แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ สถานที่ร้านอาหาร</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
7.1 เพื่อนหรือคนงานที่ทำงาน		
7.2 สมาชิกในครัวเรือน	167	41.3
7.3 สื่อโฆษณาต่างๆ	88	21.8
7.4 บัตรกำนัลต่างๆ	79	19.6
	66	17.3

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4. ระดับความเห็นที่มีผลต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของ หัวหน้าครัวเรือน

ความเห็นที่มีผลต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในรอบ 1 เดือน ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านในรอบ 1 เดือน งบประมาณเฉลี่ย (บาทต่อเดือน) ในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง ประเภทอาหาร ประเภทร้านอาหาร กลุ่มอิทธิพล การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยหรือไม่ฟุ่มเฟือย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการไปบริโภคอาหารนอกบ้านถ้ารายได้เพิ่มขึ้นครัวเรือนจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นหรือไม่เพิ่มขึ้น ความสำคัญในการเลือกสถานที่ และแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหาร ดังนี้

จากตารางที่ 4.4 พบว่าในภาพรวม ระดับความคิดเห็นในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในรอบ 1 เดือน ที่มีผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ในภาพรวมเท่ากับ 2.25 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 1.049 มีระดับความคิดเห็นน้อย โดยมีรายละเอียดของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆดังนี้

4.1 จำนวนครั้งในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน งบประมาณเฉลี่ย (บาทต่อคน) ในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง กลุ่มอิทธิพล การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งไม่ฟุ่มเฟือย รายได้เพิ่มขึ้นครัวเรือนจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้นครัวเรือนจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านไม่เพิ่มขึ้น ความสำคัญในการเลือกสถานที่ แหล่งข่าวสาร มีระดับความคิดเห็นที่น้อย โดยมีระดับความคิดเห็นหรือค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.09 2.19 2.15 2.15 1.85 2.04 2.35 และ 2.31 ตามลำดับ

4.2 ประเภทอาหาร มีระดับความคิดเห็นที่ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.762

4.3 ประเภทร้านอาหารมีระดับความคิดเห็นที่ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.52 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.009

4.4 การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยมีระดับความคิดเห็นที่ระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.68 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.933

ตารางที่ 4.4 ระดับความเห็นของปัจจัยในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเห็น
จำนวนครั้งในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน	2.09	1.114	น้อย
งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง	2.19	0.980	น้อย
ประเภทอาหาร	3.50	1.762	มาก
ประเภทร้านอาหาร	2.52	1.009	ปานกลาง
กลุ่มอิทธิพล	2.15	0.594	น้อย
การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยหรือไม่			
- ฟุ่มเฟือย	1.68	0.933	น้อยที่สุด
- ไม่ฟุ่มเฟือย	2.15	1.163	น้อย
รายได้เพิ่มขึ้น คริวเรือนจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น			
- เพิ่มขึ้น	1.85	0.979	น้อย
- ไม่เพิ่มขึ้น	2.04	1.031	น้อย
ความสำคัญในการเลือกสถานที่แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	2.35	0.990	น้อย
	2.31	0.993	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.25</b>	<b>1.049</b>	<b>น้อย</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

## 5. พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน

ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือน ที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งประเภทอาหารประกอบด้วย อาหารอีสาน อาหารฝรั่ง อาหารไทย อาหารญี่ปุ่น อาหารจีน

ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทาน  
อาหารนอกบ้าน ที่มีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของหัวหน้า  
ครัวเรือนกับประเภทอาหาร ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของหัวหน้าครัวเรือน กับประเภทอาหาร  
ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของหัวหน้าครัวเรือนกับประเภทอาหารนอกบ้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยมรับประทาน  
อาหารนอกบ้านที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของ  
หัวหน้าครัวเรือนกับประเภทอาหารนอกบ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่ทำงานในครัวเรือนกับ  
ประเภทอาหารนอกบ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของหัวหน้าครัวเรือนกับประเภทอาหารนอกบ้าน  
ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดูกับประเภทอาหารนอกบ้าน  
และความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของหัวหน้าครัวเรือนกับประเภทอาหารนอกบ้าน

ตารางที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่นิยม  
รับประทานอาหารนอกบ้าน

		อาหารนอกบ้านที่ครัวเรือนนิยมรับประทานมากที่สุด					รวม	Chi-square	Sig
		อาหารอีสาน	อาหารฝรั่ง	อาหารไทย	อาหารญี่ปุ่น	อาหารจีน			
<b>ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน</b>									
ครัวเรือน	ป. 1-6	34	4	132	2	5	177		
	มัธยมศึกษา	22	4	47	1	0	74		
	ปริญญาตรี	42	9	71	5	4	131		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	2	13	0	0	18		
	<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>19</b>	<b>263</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>400</b>	<b>28.693<sup>a</sup></b>	<b>0.052</b>
<b>สถานภาพการสมรส</b>									
ครัวเรือน	โสด	18	4	44	1	3	70		
	สมรส	69	11	197	4	5	286		
	หม้าย	13	5	22	2	2	44		
	<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>263</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>400</b>	<b>108.401<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>
<b>จำนวนผู้ทำงานแล้วในครัวเรือน</b>									
ครัวเรือน	1 -2 คน	75	12	179	5	8	279		
	3 -4 คน	23	7	63	2	2	97		
	5 -6 คน	3	17	0	0	0	20		
	7 หรือมากกว่า 7	1	0	3	0	0	4		
	<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>36</b>	<b>245</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>400</b>	<b>22.927<sup>a</sup></b>	<b>0.993</b>



ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

		อาหารนอกบ้านที่ครัวเรือนนิยมรับประทานมากที่สุด							
		อาหาร อีสาน	อาหาร ฝรั่ง	อาหาร ไทย	อาหาร ญี่ปุ่น	อาหารจีน	รวม	Chi- square	Sig
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนต้องเลี้ยงดู (คน)	เด็กในวัยเรียน	32	4	77	0	3	116		
	คนชรา	40	12	100	4	3	159		
	ผู้พิการ	24	2	56	3	2	88		
	สมาชิกที่ไม่มีงานทำ	5	1	23	0	0	37		
	<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>19</b>	<b>263</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>400</b>	<b>28.735<sup>a</sup></b>	<b>0.532</b>
อายุของหัวหน้า ครัวเรือน	20 - 30 ปี	20	2	10	28	3	41		
	31 - 40 ปี	40	12	3	0	0	55		
	41 - 50 ปี	33	3	131	4	9	183		
	51 - 60 ปี	24	2	33	3	16	97		
	สูงกว่า 60 ปี	1	0	23	0	0	24		
<b>รวม</b>	<b>118</b>	<b>19</b>	<b>200</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>400</b>	<b>193.481<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>	
อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	37	6	72	4	2	121		
	ประกอบอาชีพส่วนตัว	53	9	155	3	7	227		
	พนักงานบริษัทเอกชน	5	3	22	0	0	30		
	แม่บ้านและอื่นๆ	7	1	14	0	0	22		
	<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>19</b>	<b>263</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>400</b>	<b>22.115<sup>a</sup></b>	<b>0.848</b>
รายได้ของหัวหน้า ครัวเรือน (ต่อเดือน)	1,001 - 5,000	5	2	21	2	4	34		
	5000 - 10,000	41	5	103	3	3	155		
	10,001 - 15,000	25	5	46	2	1	79		
	15,001 - 20,000	13	3	39	1	0	56		
	มากกว่า 20,000	17	4	54	1	0	76		
<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>19</b>	<b>263</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>400</b>	<b>458.833<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>	
เพศ	ชาย	62	12	178	4	4	261		
	หญิง	39	7	85	3	5	139		
	<b>รวม</b>	<b>101</b>	<b>19</b>	<b>263</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>400</b>	<b>3.939<sup>a</sup></b>	<b>0.685</b>

ที่มา : จากการสำรวจ

### ความสัมพันธ์องค์ประกอบของครัวเรือน กับประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบรับประทาน

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของครัวเรือน กับประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบรับประทานมาก ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.6

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของครัวเรือน กับประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบรับประทาน มีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย จำนวนคนในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน สถานภาพของหัวหน้าครัวเรือน ระยะเวลา และเพศของหัวหน้าครัวเรือน

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของครัวเรือน กับประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบรับประทาน ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติประกอบด้วย อาชีพ รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน และสมาชิกที่ทำงานของครัวเรือน

ตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของครัวเรือน กับประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบรับประทานมาก

	ประเภทของร้านอาหารที่ครัวเรือนชอบรับประทาน							Chi-square	Sig
	ร้าน อาหาร จานด่วน	PUB@Re staurant	สวน อาหาร	ลานเบียร์	ภัตตาคาร	บุฟเฟ่ต์	รวม		
<b>จำนวนคนในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู</b>									
เด็กในวัยเรียน	9	4	69	2	7	25	116		
คนชรา	22	16	78	4	9	30	159		
ผู้พิการ	12	6	60	1	3	6	88		
สมาชิกที่ไม่มีงานทำ	2	2	19	3	2	9	37		
<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>70</b>	<b>400</b>	<b>39.638<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>
<b>ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน</b>									
ประถมศึกษาปีที่ 1-6	15	4	98	3	10	47	177		
มัธยมศึกษา	5	9	48	0	4	8	74		
ปริญญาตรี	24	12	69	6	7	13	131		
สูงกว่าปริญญาตรี	1	3	11	1	0	2	18		
<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>70</b>	<b>400</b>	<b>43.928<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

<b>สถานภาพการสมรสของหัวหน้าครัวเรือน</b>										
	โสด	8	6	43	2	11	0	70		
	สมรส	32	14	167	7	14	52	286		
	หม้าย	5	8	16	1	3	11	44		
	<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>28</b>	<b>63</b>	<b>400</b>	<b>72.273<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>
<b>ระดับอายุของหัวหน้าครัวเรือน</b>										
	20 – 30 ปี	8	2	28	1	1	1	41		
	31 – 40 ปี	8	4	35	3	2	3	55		
	41 – 50 ปี	23	12	100	5	8	35	183		
	51 – 60 ปี	3	8	49	1	8	28	97		
	สูงกว่า 60 ปี	1	3	11	1	6	2	24		
	<b>รวม</b>	<b>43</b>	<b>29</b>	<b>223</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>69</b>	<b>400</b>	<b>0.048</b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>
<b>อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน</b>										
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	8	79	3	6	11	121		
	ประกอบอาชีพส่วนตัว	24	14	122	5	14	48	227		
	พนักงานบริษัทเอกชน	6	3	14	0	0	7	30		
	แม่บ้านและอื่นๆ	2	3	11	2	1	3	22		
	<b>รวม</b>	<b>46</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>69</b>	<b>400</b>	<b>421.824<sup>a</sup></b>	<b>0.519</b>
<b>รายได้ของหัวหน้า ครัวเรือน</b>										
	1,001 – 5,000	2	3	16	0	4	9	34		
	5,001 -10,000	21	9	85	2	8	30	155		
	10,001 – 15,000	9	11	39	2	3	15	79		
	15,001 – 20,000	4	3	32	4	3	10	56		
	มากกว่า 20,000	9	2	54	2	3	6	76		
	<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>70</b>	<b>400</b>	<b>369.750<sup>a</sup></b>	<b>0.104</b>
<b>สมาชิกที่ทำงาน</b>										
	1 - 2 คน	33	21	157	8	13	47	279		
	3 -4 คน	11	5	55	2	6	18	97		
	5 – 6 คน	1	1	13	0	2	3	20		
	7 หรือมากกว่า 7 คน	0	1	1	0	0	2	4		
	<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>70</b>	<b>400</b>	<b>48.571<sup>a</sup></b>	<b>0.490</b>
<b>เพศของหัวหน้าครัวเรือน</b>										
	ชาย	30	15	158	6	9	43	261		
	หญิง	16	13	68	4	12	26	139		
	<b>รวม</b>	<b>46</b>	<b>28</b>	<b>226</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>69</b>	<b>400</b>	<b>16.539<sup>a</sup></b>	<b>0.000<sup>**</sup></b>

ที่มา : จากการสำรวจ

## 6. การวิเคราะห์ปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

ในส่วนนี้แสดงถึงผลการวิเคราะห์ ตัวแปรอิสระต่างๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่องบประมาณในการใช้จ่ายในแต่ละครั้งของผู้บริโภคอาหารนอกบ้านในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ซึ่งงบประมาณในการใช้จ่ายในแต่ละครั้งในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ จำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษา อายุ รายได้หัวหน้าครัวเรือน รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน เพศของหัวหน้าครัวเรือน และประเภทร้านอาหาร ประเภทอาหาร ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงสมการดังนี้

$$\ln Q = .457 + .118 \ln(\text{edu}) - .007 \ln(\text{age}) + .069 \ln(\text{inc}) - .26 \ln(\text{int}) + .39 \ln(\text{pro}) - 0.025 \ln(\text{sex}) \\ + .778 \ln(\text{loc}) - .020 \ln(\text{food})$$

$$\text{VIF} \begin{matrix} (2.026)^{***} \\ (24.646) \end{matrix} \begin{matrix} (1.833)^{**} \\ (-.559) \end{matrix} \begin{matrix} (-2.003)^{***} \\ \end{matrix} \begin{matrix} (1.22)^* \\ \end{matrix} \begin{matrix} (-1.089) \\ \end{matrix} \begin{matrix} (1.214) \\ \end{matrix} \begin{matrix} (.660) \\ \end{matrix}$$

$$R^2 = 0.629$$

$$R^2_{\text{adjust}} = 0.620$$

$$\text{S.E} = 0.604$$

$$\text{F-statistic} = 73.211$$

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่า Tolerance

จากผลการวิเคราะห์สมการปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ได้ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (The coefficient of determination หรือ ค่า  $R^2$ ) เท่ากับ 0.629 แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยของอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านทั้งจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษา อายุ รายได้หัวหน้าครัวเรือน รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน เพศของหัวหน้าครัวเรือน ประเภทร้านอาหาร ประเภทอาหาร มีอิทธิพลร้อยละ 62.9 ส่วนที่เหลือ 37.1 เป็นผลจากปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ร่วมในสมการ

## ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปรดังกล่าว

สรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่องบประมาณในการใช้จ่ายในแต่ละครั้งของผู้บริโภคอาหารนอกบ้าน ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ดังนี้

ตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญต่องบประมาณในการใช้จ่ายในแต่ละครั้งของผู้บริโภคอาหารนอกบ้าน

1. อายุ พบว่า ผู้บริโภคอาหารนอกบ้านในเขตเทศบาลนครเมืองสุราษฎร์ มีระดับนัยสำคัญต่อ ตัวแปรด้านอายุ และมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่องบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง ดังนั้นถ้าอายุของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 7 การบริโภคอาหารนอกบ้านลดลงร้อยละ 7 เช่นกัน

2. ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า มีระดับนัยสำคัญต่องบประมาณในการออกไปรับประทานอาหารในแต่ละครั้ง ดังนั้นถ้าระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.8 การบริโภคอาหารนอกบ้านก็จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 ด้วยเช่นกัน

3. รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า มีระดับนัยสำคัญ ต่องบประมาณในการออกไปรับประทานอาหารในแต่ละครั้ง ดังนั้นรายได้ของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 งบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นด้วย ร้อยละ 6.9 เช่นกัน

ตัวแปรที่ไม่มีระดับนัยสำคัญต่องบประมาณในการใช้จ่ายในแต่ละครั้งของผู้บริโภคอาหารนอกบ้าน

1. เพศ พบว่า เพศไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่องบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง(บาท/ครั้ง)

2. อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า อาชีพของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภคอาหารนอกบ้านไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่องบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง(บาท/ครั้ง)

3. ประเภทร้านอาหาร พบว่า ประเภทร้านอาหารไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่องบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง (บาท/ครั้ง)

4. ประเภทอาหาร พบว่า ประเภทอาหารไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่องบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละครั้ง(บาท/ครั้ง)

สำหรับค่า Adj R<sup>2</sup> มีค่าเท่ากับ 0.629 แสดงว่า ค่าใช้จ่ายในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านในแต่ละเดือนของผู้บริโภคอาหารนอกบ้าน ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนต่างๆของหัวหน้าครัวเรือน ได้แก่ เพศ อายุสถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สมาชิกผู้ทำงานแล้วในครัวเรือน

ด้านอาชีพของสมาชิกในครัวเรือน จำนวนสมาชิกที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน และอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน เป็นร้อยละ 62.90 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 37.10 ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่ไม่ได้ระบุในสมการนี้

#### การหาความสัมพันธ์ระหว่างงบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านกับปัจจัยต่างๆ

ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนงบประมาณในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านกับปัจจัยต่างๆ โดยทำการคัดเลือกตัวแปรอิสระภายใต้เงื่อนไขตัวแปรอิสระทุกตัวต้องเป็นอิสระกัน เนื่องจากตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันจะให้รายละเอียดที่คล้ายคลึงกันต่อตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการยากที่จะแยกอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยการกำหนดให้ตัวแปรอิสระตัวใดตัวหนึ่งเป็นตัวแปรตาม และที่เหลือกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระทั้งหมด และใช้ค่าสถิติ Tolerance และ VIF เป็นตัววัดระดับความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยที่ตัวแปรใดแสดงค่า Tolerance ที่ต่ำมากเข้าใกล้ 0 หรือค่า VIF มีค่าสูง แสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ มาก ซึ่งไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นตัวแปรในการคำนวณหาสมการถดถอย

ในการศึกษานี้ได้ทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรจากข้อมูล ของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่องบประมาณในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ซึ่งได้จำแนกปัจจัยเป็น 11 ชนิด จากข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร โดย งบประมาณในการบริโภคในแต่ละครั้ง (บาท/เดือน) ถูกเลือกเป็นตัวแปรตามในสมการความถดถอยทดสอบ พบว่า เพศของหัวหน้าครัวเรือน อายุของหัวหน้าครัวเรือน สถานภาพของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนผู้ที่ทำงานแล้วในครัวเรือน อาชีพสมาชิกในครัวเรือน ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน รายได้ของสมาชิกในครัวเรือน จำนวนสมาชิกที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู ที่มีความสัมพันธ์ต่องบประมาณในการบริโภคในแต่ละครั้ง (บาท/เดือน) เป็นอิสระต่อกัน ดังแสดงในตาราง 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่า Tolerance และ VIF ของชนิดและปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่องบประมาณในการบริโภค ในแต่ละครั้ง (บาท/ครั้ง)

ชนิดของปัจจัยที่มีอิทธิพล	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
เพศของหัวหน้าครัวเรือน	.999	1.001
อายุของหัวหน้าครัวเรือน	1.000	1.000
สถานภาพของหัวหน้าครัวเรือน	1.000	1.000
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	.957	1.044
จำนวนผู้ทำงานแล้วในครัวเรือน	.993	1.007
อาชีพสมาชิกในครัวเรือน	.985	1.016
ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน	.995	1.005
อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน	.985	1.015
รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน	.998	1.002
รายได้ของสมาชิกในครัวเรือน	.998	1.002
จำนวนสมาชิกที่หัวหน้าครัวเรือน ต้องเลี้ยงดู	1.000	1.000

Dependent Variable : งบประมาณในการบริโภคในแต่ละครั้ง (บาท/ครั้ง)

**การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี**

การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ต่อรายได้ของครัวเรือนผู้บริโภค ที่ทำงานและอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ทำได้โดยการสร้างแบบจำลองเศรษฐมิติ (Econometric model) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคอาหารนอกบ้านต่อ 1 เมื่อต่อ 1 ครัวเรือน สามารถอ่านค่าความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์ต่อรายได้ครัวเรือนได้จากสมการ log – linear Function ได้ดังนี้

สมการ log – linear Function

$$\ln Q = 2.240 - 1.34 \ln(\text{INT}) - 1.89 \ln(\text{INC})$$

$$(1.820)^{***} \quad (0.522)^{***} \quad (2.59)^*$$

INT คือ รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน

INC คือ รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน

$$R^2 = 0.650$$

$$R^2_{\text{adjust}} = 0.659$$

$$S.E = 0.604$$

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้าน ได้จากสมการ log – linear Function นั้นคือค่าสัมประสิทธิ์  $\ln(\text{INC})$  มีค่าเท่ากับ 1.89

การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคนอกเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ต่อรายได้ของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภคนอกเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ต่อ 1 มื้อ ต่อ 1 ครัวเรือน มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.89 ซึ่งอธิบายได้ว่า ค่าความสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความยืดหยุ่นมาก ถ้ารายได้ของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 อุปสงค์ในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคนอกเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.89



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาใช้เป็นแนวในการศึกษาวิเคราะห์โดยการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ได้สรุปผลการศึกษา แล้วนำมาอภิปรายผล รวมทั้งข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ตลอดจนปัจจัยกำหนดอุปสงค์การบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค รวมทั้งวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจในการศึกษาได้เลือกตัวอย่างจากหัวหน้าครัวเรือนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง จากประชากรที่อยู่อาศัยและทำงานในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ตัวอย่างประกอบด้วย หัวหน้าครัวเรือนที่ทำงานรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 ครัวเรือน หัวหน้าครัวเรือนที่ประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 24 ครัวเรือน หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 ครัวเรือน หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นแม่บ้านและประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 124 ครัวเรือน และหัวหน้าครัวเรือนที่มีการรวมกลุ่มเป็นแบบกลุ่มสมาชิก จำนวน 84 ครัวเรือน ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปของครัวเรือนสามารถจำแนกได้เป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน และทัศนคติของหัวหน้าครัวเรือนที่มีต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

## 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวอย่างหัวหน้าครัวเรือนที่ศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างหัวหน้าครัวเรือนเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือเป็นเพศชายร้อยละ 64.6 เพศหญิงร้อยละ 34.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 45.4) มีสถานภาพสมรส(ร้อยละ 70.8) จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 43.8) ประกอบอาชีพส่วนตัว (ร้อยละ 56.1) มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 38.1) มีคนชราที่เป็นสมาชิกในครัวเรือนที่ต้องเลี้ยงดูมากที่สุด (ร้อยละ 39.4) และจำนวนมีผู้ทำงานแล้วในครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 69.0

## 2. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การบริโภคอาหารนอกบ้าน

### 2.1 พฤติกรรมของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภค

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุดเฉลี่ยสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 38.4) ใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ประมาณ 200-300 บาท ต่อคนต่อครั้ง (ร้อยละ 38.9) ประเภทอาหารที่นิยมออกไปบริโภค คืออาหารไทย (ร้อยละ 65.1) และเป็นประเภทสวนอาหาร (ร้อยละ 55.9) ผู้ที่มีอิทธิพลที่ทำให้ออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านมากที่สุดคือ หัวหน้าครัวเรือน (ร้อยละ 71.3)

### 2.2 ความเห็นของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคอาหารนอกบ้าน

ความเห็นของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคอาหารนอกบ้านรวมทั้งข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

2.2.1 ผู้บริโภคเห็นว่า การไปบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย (ร้อยละ 57.7) ในขณะที่เห็นว่าไม่เป็นสิ่งฟุ่มเฟือย (ร้อยละ 43.1)

2.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการไปบริโภคอาหารนอกบ้าน คือ รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน (ร้อยละ 32.7) รองลงมาคือ รายได้ของหัวหน้าครัวเรือนคนเดียว (ร้อยละ 28.2)

2.2.3 เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นผู้บริโภคจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นเพราะเห็นว่าเป็นการประหยัดเวลาในการทำอาหาร (ร้อยละ 48.8) รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย (ร้อยละ 24.3) ในขณะที่เห็นว่าจะไม่การออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นเพราะไม่เป็นการประหยัดรายได้ของครัวเรือน (ร้อยละ 39.4) รองลงมาเห็นว่าเป็นการสร้างความสะดวกสบายมากเกินไป (ร้อยละ 27.2)

2.2.4 ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ที่จะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านได้จากเพื่อนหรือคนที่ทำงานมีมากที่สุด (ร้อยละ 41.3) รองลงมาคือ สมาชิกในครัวเรือน (ร้อยละ 21.8)

**2.2.5 ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ที่จะบริโภคอาหารนอกบ้าน** คือ รสชาติอาหาร (ร้อยละ 42.1) รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ (ร้อยละ 24.3)

**2.2.6 สิ่งที่ร้านอาหารควรปรับปรุงเรื่องรสชาติอาหาร** (ร้อยละ 40.8) รองลงมาคือ ราคาอาหาร (ร้อยละ 24.3)

**2.3 ความเห็นของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน**

เมื่อพิจารณาถึงระดับความเห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนที่กล่าวมานั้น มีตามลำดับดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด คือ ประเภทอาหาร ความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มาก ( $X = 3.50$ ) รองลงมา เป็นประเภทร้านอาหาร ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ( $X = 2.52$ ) นอกจากนี้มีปัจจัยอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย เช่น สถานที่ แหล่งข้อมูลที่ได้รับ กลุ่มอิทธิพล ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง การรับประทานอาหารนอกบ้านไม่ใช่เป็นสิ่งฟุ่มเฟือย ( $X = 2.35, 2.31, 2.15, 2.19$  และ  $2.15$  ตามลำดับ)

**2.4 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของครัวเรือนกับประเภทของอาหารและประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนนิยมออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน**

จากการวิเคราะห์ถึงการขึ้นต่อกันขององค์ประกอบของครัวเรือน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนคนในครัวเรือนที่ต้องเลี้ยงดู และจำนวนสมาชิกครัวเรือนที่ทำงานแล้วกับประเภทของอาหารและประเภทร้านอาหารที่ครัวเรือนนิยมออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน ด้วยสถิติไคสแควร์ มีดังนี้

การขึ้นต่อกันของประเภทอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือน ที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ของหัวหน้าครัวเรือน ส่วนที่ไม่มีนัยสำคัญ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนคนในครัวเรือนที่ต้องเลี้ยงดู และจำนวนสมาชิกครัวเรือนที่ทำงานแล้ว

การขึ้นต่อกันของประเภทร้านอาหารกับองค์ประกอบของครัวเรือนที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนคนในครัวเรือนที่ต้องเลี้ยงดู และรายได้ของหัวหน้าครัวเรือน ส่วนที่ไม่มีนัยสำคัญ ได้แก่ อาชีพ รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน และจำนวนสมาชิกครัวเรือนที่ทำงานแล้ว

## 2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านด้วยสมการถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.01$  ได้แก่ จำนวนคนที่ต้องเลี้ยงดู ซึ่งมีความสัมพันธ์กับประเภทอาหาร ในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนที่มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$  ได้แก่ อายุของหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับประเภทอาหารในทิศทางตรงกันข้ามเช่นกัน

ตัวแปรอื่นๆที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.05$  ต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เพศ อาชีพ สถานภาพสมรสและระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

## 3. ความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์ต่อรายได้ของหัวหน้าครัวเรือนต่อการบริโภคอาหารนอกบ้าน

สำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในการใช้จ่ายการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือนผู้บริโภคมียาค่าเท่ากับ 1.89 ซึ่งนับว่ายืดหยุ่นมาก

## อภิปรายผล

จากการศึกษา การบริโภคอาหารนอกบ้านของกลุ่มผู้บริโภคอาหารนอกบ้านในเขตเทศบาลนคร สุราษฎร์ธานี สามารถนำผลการวิจัยและอภิปรายได้ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภครวมตัวอย่างมีพฤติกรรมในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับผลการวิจัย ของบริษัทนิสสัน รีเสิร์ท(2554) ประเทศไทยซึ่งได้ทำการสำรวจออนไลน์เกี่ยวกับการทานอาหารนอกบ้านจากผู้บริโภคจาก 52 ประเทศทั่วโลกในกรณีของผู้บริโภคชาวไทยยังคงออกไปทานข้าวนอกบ้านกันเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยที่ผู้บริโภคชาวไทยเลือกที่จะทานอาหารนอกบ้านในวันเสาร์และวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี ซึ่งเหตุผลน่าจะมีลักษณะคล้ายกันกล่าวคือ ความสะดวกสบายกว่าการทำอาหารทานเอง ส่วนที่แตกต่างจากการศึกษาของบริษัทนิสสัน รีเสิร์ท(2554) ในกรณีของปัจจัยที่ใช้ในการเลือกบริโภคอาหารนอกบ้านที่เป็นลำดับแรก โดยผู้บริโภคพิจารณาจากประเภทของอาหารก่อนเป็นอันดับแรกส่วนการศึกษาครั้งนี้ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ที่จะบริโภคอาหารนอกบ้าน คือ รสชาติอาหาร แต่ปัจจัยที่พิจารณาเป็นลำดับสองรองลงมาสอดคล้องกันคือราคาอาหาร

2. ความคิดเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้านที่ว่า การออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย และสอดคล้องกับผลการวิจัย ของ เยาวเรศ เชาวณพูนผล (2536) ที่ศึกษาผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ในกรณีของทัศนคติในการบริโภคอาหารนอกบ้านของหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งเหตุผลน่าจะมีลักษณะคล้ายกัน กล่าวคือการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นเท่าไร อาจทำให้การใช้จ่ายสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็น นอกจากนี้การศึกษาของเยาวเรศ เชาวณพูนผล (2536) ได้ศึกษาสถานะของหัวหน้าครัวเรือนระหว่างหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นโสดและหัวหน้าครัวเรือนที่มีครัวเรือนแล้วมีความแตกต่างกันคือ หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นโสดจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเกือบทุกวัน โดยเป็นการบริโภคในมือเช้าหรืออาจเป็นมือเย็น ส่วนหัวหน้าครัวเรือนที่มีครัวเรือนแล้วมักจะพาครัวเรือนของตนออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนใหญ่มักจะเป็นในวันสุดสัปดาห์ ในขณะที่การศึกษาก่อนหน้านี้ไม่ได้ศึกษาเปรียบเทียบในลักษณะนั้น

3. องค์ประกอบของครัวเรือนกับประเภทของร้านอาหารและอาหารที่ออกไปบริโภคนอกบ้านในแต่ละครั้งจะต้องขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละคนมีความแตกต่างกัน แม้กระทั่งกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภคก็มีความแตกต่างกันด้วย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีความต้องการในคุณลักษณะของอุปสงค์ที่ว่าคุณลักษณะต่างๆ ที่ประกอบเป็นสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นๆ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2533) ที่ได้ศึกษาเรื่องตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้าน ที่มีการเปรียบเทียบผลความน่าจะเป็นจากสมการ Probit และ Logit พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านเกี่ยวกับประเภทของร้านอาหารและอาหาร คือ ลักษณะชุมชน ครัวเรือนในเขตเทศบาลและสุขาภิบาลทำให้ครัวเรือนมีค่าความน่าจะเป็นในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกบ้านสูงกว่าชนบทอย่างมีนัยสำคัญ

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 คือ จำนวนสมาชิกที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ อายุของหัวหน้าครัวเรือน ผลที่ได้สัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ตามทฤษฎีอุปสงค์ที่เรียกว่า การมีอำนาจซื้อ (purchasing power) ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายซื้อสินค้า (ability and willingness to pay) และบริการนั้นๆ ถ้าจำนวนสมาชิกที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดูมีมากขึ้น หัวหน้าครัวเรือนต้องตัดภาระในการบริโภคอาหารนอกบ้านออกไปเพราะต้องนำรายได้ส่วนหนึ่งไปดูแลสมาชิกที่ต้องเลี้ยงดูในครัวเรือน สอดคล้องกับผลการวิจัย ของ Prochaska และ Schrimper (1973) ที่ได้ศึกษา

เรื่อง ผลของต้นทุนค่าเสียโอกาสของเวลาและปัจจัยทางสังคมเศรษฐกิจ ที่มีต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านในกรณีของ ครั้วเรือนที่มีเด็กก่อนวัยเรียนที่อาศัยอยู่ในครั้วเรือน ทำให้ครั้วเรือนออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านน้อยลง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คิเรก ปัทมศิริวัฒน์ (2533) ที่ได้ศึกษาเรื่องตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารและเครื่องคี่มนอกบ้าน ในกรณีของการบริโภคอาหารและเครื่องคี่มนอกบ้านยังแปรผกผันกับอายุของหัวหน้าครั้วเรือนและหัวหน้าครั้วเรือนที่เป็นผู้หญิง

5. การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของหัวหน้าครั้วเรือนผู้บริโภคที่ทำงานและอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เท่ากับ 1.89 แสดงว่ามีความยืดหยุ่นมากถ้ารายได้ของหัวหน้าครั้วเรือนเพิ่มขึ้น อุปสงค์ในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครั้วเรือนผู้บริโภคเพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่า ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจาก การบริโภคสินค้าจะเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น นั่นคือความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณซื้อที่มีทิศทางเดียวกัน สำหรับสินค้าดังกล่าวเรียกว่า “สินค้าปกติ” สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Prochaska และ Schrimper (1973) ที่ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุดในการประมาณค่าความยืดหยุ่น เมื่อเปรียบเทียบความยืดหยุ่นทางปริมาณและความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายในเขตภูมิภาคเดียวกันพบว่า ครั้วเรือนที่มีรายได้เพิ่มขึ้น มีแนวโน้มที่จะซื้ออาหารที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีขึ้นหรือราคาแพง ซึ่งมีความแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้เนื่องจาก ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะ รายได้ของหัวหน้าครั้วเรือนที่เพิ่มขึ้น ทำให้อุปสงค์ในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครั้วเรือนผู้บริโภคเพิ่มขึ้นไปด้วย แต่ไม่ได้ศึกษาถึงอุปสงค์ของผู้บริโภคในด้านคุณภาพอาหารและการบริการในสถานที่ที่ขายอาหาร

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการบริโภคอาหารนอกบ้านของครั้วเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีครั้งนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 หัวข้อใหญ่ ดังนี้

### 1. การนำผลการศึกษาที่พบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามาใช้ประโยชน์

1.1 ในการพิจารณาเลือกบริโภคอาหารในร้านอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรสชาติของอาหารมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรที่จะมีการปรับปรุงหรือพัฒนารสชาติของอาหารภายในร้านให้มีคุณภาพ โดยอาจเน้นความเป็น

รสชาติของอาหารไทยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกรับประทาน รวมถึงมีการพัฒนาเมนูอาหารให้มีความหลากหลายอยู่เสมอ นอกจากนี้ร้านอาหารจะต้องมีการคำนึงถึงการให้บริการที่ดีเป็นหลักด้วย เนื่องจากร้านอาหารสามารถให้บริการหรือต้อนรับลูกค้าได้เป็นอย่างดีแล้ว ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและเกิดความจงรักภักดีขึ้น และความนิยมของประเภทอาหารและร้านอาหารควรจะปรับปรุงร้านอาหารและประเภทอาหารตามความนิยมของผู้บริโภคในแห่งนั้นด้วย

**1.2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านให้ความสำคัญกับเรื่องของสถานที่เป็นส่วนมาก** ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรที่จะมีการจัดสถานที่และบรรยากาศภายในร้านให้สวยงาม และมีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสร้างแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ของผู้บริโภคให้เกิดขึ้น(จากข้อเสนอแนะ)

**1.3 เมื่อพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ที่มีค่าสูงของการศึกษาในครั้ง** นี้ แสดงว่าเมื่อผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าถ้ามีรายได้เพิ่มก็จะออกไปใช้บริการร้านอาหารมากขึ้น ซึ่งแสดงว่าอุปสงค์ในการออกไปบริโภคของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจในท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ดังนั้นในการลงทุนตั้งร้านอาหารผู้ประกอบการควรคำนึงถึงและคาดเดาภาวะเศรษฐกิจของท้องถิ่นในขณะนั้นและแนวโน้มในอนาคตด้วย

## 2. การทำวิจัยครั้งต่อไป

**2.1** ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารในลักษณะกว้างๆ ไม่สามารถเจาะลึกด้านความคิดเห็นหรือความต้องการอื่นๆ ได้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะมีแบบสอบถามความคิดเห็น ที่ผู้บริโภคสามารถเสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร เพื่อที่จะได้มุมมองเพิ่มเติมซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และทำให้ทราบถึงอุปสงค์ของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลสุราษฎร์ธานีและสามารถนำไปพัฒนาร้านอาหารให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น

**2.2** ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะมีการศึกษาลงลึกไปถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของคนในแต่ละมื่อว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการบริโภคอาหาร เครื่องดื่ม และประเภทของร้านอาหารแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้เห็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในมุมมองที่ลึกซึ้ง

**2.3** การศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาพฤติกรรม

การบริโภคอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคนอกเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานีด้วย เพื่อจะได้เป็นความแตกต่างของพฤติกรรมและองค์ประกอบในด้านต่างๆของผู้บริโภค

2.4 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งทำให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของหัวหน้าครัวเรือนเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะมีการสัมภาษณ์สมาชิกของครัวเรือน ที่เป็นคนอื่นด้วย เช่น สามี ภรรยา ลูกๆ หรือผู้อาศัย เพื่อจะได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติต่อการบริโภคอาหารนอกบ้านได้อย่างหลากหลาย





บรรณานุกรม



### บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา(2544) *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* พิมพ์ครั้งที่ 4  
กรุงเทพมหานคร ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ
- จินตนา ทองธรรมชาติ (2533) “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตสุขภาพจอมทอง  
จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชิดชม วัชรเนตร (2522) “สตรีที่ทำงานกับภาระความรับผิดชอบในครอบครัว : ศึกษาเฉพาะสตรี  
ที่ทำงานในธนาคารพาณิชย์ เขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร  
มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ดารามาศ แก้วแดง (2541) “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร พร้อมบริโภค  
ของอาจารย์สตรี โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ภาคนิพนธ์ปริญญา  
คหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาคหกรรมศาสตร์ศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2532) “กินนอกบ้าน วิเคราะห์แบบแผนการบริโภคและเครื่องดื่มของคนไทย”  
*วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์* 30(เมษายน – มิถุนายน) : 124 – 141
- ธงชัย สันติวงษ์ (2549) *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 11 กรุงเทพมหานคร
- นภัส สิริสัมพันธ์ (2527) รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคของ  
ประชากรในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี กรุงเทพมหานคร : ประยูรวงศ์
- นงเยาว์ เข้มเวช (2541) “พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ฟู้ดของนักศึกษาในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่.” การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปราณี คูเจริญไพศาล (2532) *หลักการตลาด* ในโครงการตำราคณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พลสุข สังข์รุ่ง (2550) *มนุษย์สัมพันธ์ในองค์การ* พิมพ์ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
กรุงเทพมหานคร โครงการศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- เพ็ญแข แสงแก้ว (2541) *การวิจัยทางสังคมศาสตร์* กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เยาวเรศ เขาวนพูนผล (2536) “การบริโภคอาหารนอกร้านของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเมือง  
เชียงใหม่” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- วศินา จันทศิริ (2550) *การคุ้มครองและพฤติกรรมผู้บริโภคด้านอาหารและโภชนาการ*  
พิมพ์ครั้งที่ 2 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2543) “พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ”  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
ธุรกิจบัณฑิต
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล (2550) “หลักการตลาด” คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิไลลักษณ์ แสงคุณ (2533) “พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนในเมือง : ศึกษาเฉพาะ  
กรณีเขตเทศบาลนครสวรรค์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์  
การแพทย์และสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) *คู่มือการวิจัย* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล
- วิณะ วีระไวทยะ และ สง่า ดามาพงษ์ (2541) “พฤติกรรมการบริโภคอาหาร” กรุงเทพมหานคร  
โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2553) “พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพมหานคร:  
เฉพาะผู้ที่รับประทานอาหารย่านอโศก” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 23 กรกฎาคม  
2553 จาก <http://www.tfrc.co.th>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) “อาหารนอกบ้านกับคนกรุงเทพมหานคร” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืน  
วันที่ 23 กรกฎาคม 2553 จาก <http://www.tfrc.co.th>.
- เสรี วงษ์มณฑา (2540) “การโฆษณาเชิงปฏิบัติ” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 3 สิงหาคม 2553  
จาก [www.lib.vu.ac.th](http://www.lib.vu.ac.th).
- สมจิต จันทรฉาย (2533) “การพัฒนาหลักสูตรบริโภคศึกษาเพื่อนำไปใช้ในโรงเรียนประถมศึกษา  
ในชุมชนเมือง” วิทยานิพนธ์ดุขุฎิบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) “ผลการสำรวจภาวะธุรกิจ  
ไตรมาสที่ 3/2552” สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 4 พฤศจิกายน 2553 จาก  
[www.nesdb.go.th](http://www.nesdb.go.th)
- สำนักงานคลังจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2553) “ธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี”  
สาระสังเขปออนไลน์ ค้นคืนวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553 จาก <http://www.klangsurat.org>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี (2553) “ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัด ผู้ประกอบการ  
ร้านอาหาร” ค้นคืนวันที่ 10 พฤศจิกายน 2553 จาก <http://pcoc.moc.go.th>.

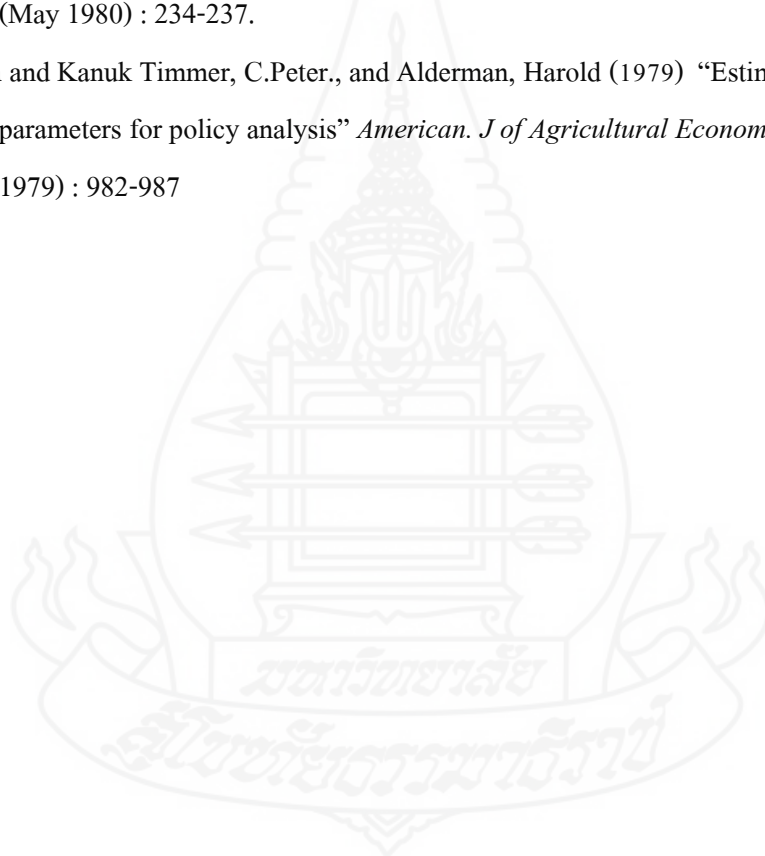
อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร  
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Kinsey, John (1983) "Working wives and the marginal propensity to consume food away from home" *American. J of Agricultural Economics*. 65 (February 1983) : 10-19.

Prochaska, Fred J. and Schrimper , R.A.(1973) "Opportunity cost of time and other socioeconomic effects and Away-from-Home Food consumption." *American. J of Agricultural Economics*. 55 (November 1973) : 595-603.

Redman, Barbara J. (1980) "The impact of woman's time allocation on expenditure for meals away from home and prepared foods." *American. J of Agricultural Economics*. 62 (May 1980) : 234-237.

Schiffman and Kanuk Timmer, C.Peter., and Alderman, Harold (1979) "Estimating consumption parameters for policy analysis" *American. J of Agricultural Economics*. 6 (December 1979) : 982-987





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

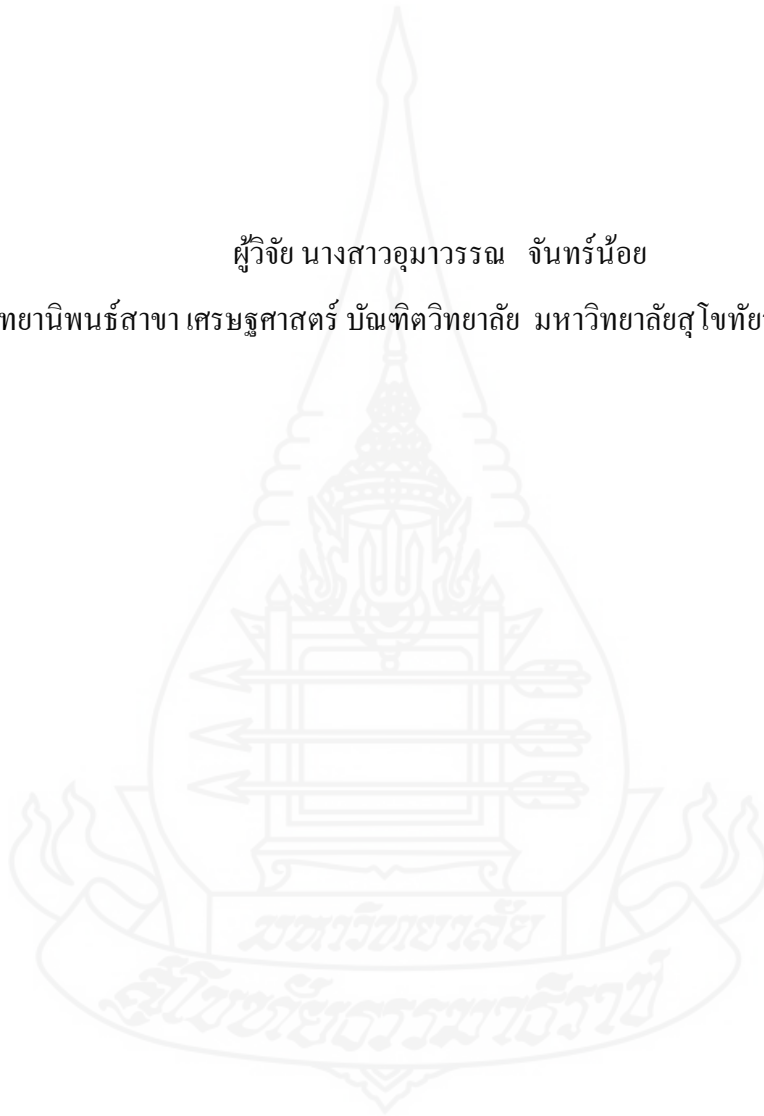
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

## แบบสอบถาม

วิทยานิพนธ์ “การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี”

ผู้วิจัย นางสาวอุมาวรรณ จันทร์น้อย

วิทยานิพนธ์สาขา เศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

สัมภาษณ์วันที่..... เดือน.....พ.ศ. ....

**คำชี้แจง** การบริโภคอาหารนอกบ้าน หมายถึง การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มรวมถึง ชา กาแฟ นม ฯลฯ ยกเว้นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบและหมากพลูซึ่งเป็นการบริโภคนอกบ้านโดยไม่รวมถึง การบริโภคอาหารที่ซื้อจากนอกบ้านมาบริโภคในบ้าน

### องค์ประกอบของแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของครัวเรือนผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 : ทศนคติและข้อคิดเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับครัวเรือนผู้บริโภค

- 1.เพศของหัวหน้าครัวเรือน  หญิง  ชาย
- 2.อายุของหัวหน้าครัวเรือน
  - 20 – 30 ปี  31 – 40 ปี
  - 41 – 50 ปี  51 – 60 ปี
  - สูงกว่า 60 ปี
- 3.สถานภาพการสมรสของหัวหน้าครัวเรือน  โสด  สมรส
  - หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
- 4.จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมทั้งตัวท่าน)
  - 1-2 คน  3-4 คน
  - 5-6 คน  7 คนขึ้นไป
- 5.จำนวนผู้ที่ทำงานแล้วในครัวเรือนของท่าน.....คน ประกอบอาชีพอะไรในปัจจุบัน
  - รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ  ประกอบอาชีพส่วนตัว
  - พนักงานบริษัทเอกชน  แม่บ้าน
  - อื่นๆ (โปรดระบุ).....



6.จำนวนคนในครัวเรือนที่หัวหน้าครัวเรือนต้องเลี้ยงดู

- ( ) เด็กในวัยเรียน.....คน      ( ) คนชรา.....คน  
 ( ) ผู้พิการ.....คน      ( ) สมาชิกในครัวเรือนที่ไม่ม้งานทำ.....คน

7.ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน

- ( ) ประถมศึกษาปีที่ 1 – 6      ( ) ปริญญาตรี  
 ( ) มัธยมศึกษา,ปวช.      ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

8.ลักษณะอาชีพของหัวหน้าครัวเรือน

- ( ) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ      ( ) ประกอบอาชีพส่วนตัว  
 ( ) พนักงานบริษัทเอกชน      ( ) แม่บ้านและอื่นๆ

9.รายได้ของครัวเรือน (บาทต่อเดือน)

9.1 รายได้ของหัวหน้าครัวเรือน

- ( ) 1,001-5,000 บาท      ( ) 5,001-10,000 บาท  
 ( ) 10,001-15,000 บาท      ( ) 15,001- 20,000 บาท  
 ( ) มากกว่า 20,000 บาท

9.2 รายได้สมาชิกในครัวเรือนทั้งหมด (ทุกคนยกเว้นหัวหน้าครัวเรือน)

- ( ) 1,001-5,000 บาท      ( ) 5,001-10,000 บาท  
 ( ) 10,001-15,000 บาท      ( ) 15,001- 20,000 บาท  
 ( ) มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนผู้บริโภค

10. ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านของครัวเรือนของท่าน ในรอบ 1 เดือน คือ

- ( ) เฉลี่ยเดือนละ 2 – 3 ครั้ง  
 ( ) เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง  
 ( ) เฉพาะ โอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด ฯลฯ  
 ( ) เฉลี่ยน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนท่าน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย (บาทต่อคน) ครั้งละเท่าใด

- ( ) ประมาณ 100-200 บาท ( ) ประมาณ 300-400 บาท  
 ( ) ประมาณ 200-300 บาท ( ) มากกว่า 400 บาท  
 ( ) ไม่ได้ออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านเลยในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา

11.อาหารนอกบ้านประเภทใดที่ครัวเรือนของท่านนิยมเลือกรับประทานมากที่สุด

- ( ) อาหารอีสาน ( ) อาหารฝรั่ง  
 ( ) อาหารไทย ( ) อาหารญี่ปุ่น  
 ( ) อาหารจีนอื่นๆ

12.ประเภทของร้านอาหารที่ครัวเรือนของท่านชอบไปรับประทานมากที่สุด คือ

- ( ) ร้านอาหาร Fast Food เช่น KFC ( ) PUB and Restaurant  
 ( ) ร้านอาหารสวนอาหาร ( ) ลานเบียร์  
 ( ) ร้านอาหารประเภทภัตตาคารและอื่นๆ

13. ส่วนใหญ่ท่าน (หัวหน้าครัวเรือน) มักออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านกับใคร

- ( ) บริโภคคนเดียว  
 ( ) บริโภคกับครอบครัว  
 ( ) บริโภคกับเพื่อนหรือคนที่ทำงาน  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นของหัวหน้าครัวเรือนในการบริโภคอาหารนอกบ้าน

14. ท่านคิดว่าการบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือยหรือไม่ เพราะเหตุใด

- ( ) ฟุ่มเฟือย เพราะ  
 ( ) ไม่เป็นการประหยัดรายได้ของครัวเรือน  
 ( ) สร้างความสะดวกสบายให้แก่สมาชิกในครัวเรือนมากเกินไป  
 ( ) ราคาอาหารในบางครั้งไม่เหมาะสม  
 ( ) อื่นๆ(โปรดระบุ).....

( ) ไม่ฟุ่มเฟือย เพราะ

- ( ) เป็นการประหยัดเวลาในการทำอาหาร
- ( ) เพื่อความสะดวกสบาย
- ( ) ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆ
- ( ) เพื่อเข้าสังคมและต้องการผ่อนคลายความเครียดหลังจากการทำงาน

15. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่อาจจะส่งผลต่อการไปบริโภคอาหารนอกบ้านของท่านและครัวเรือน

- ( ) ขนาดครัวเรือน (จำนวนสมาชิกในครัวเรือน)
- ( ) รายได้ทั้งหมดของครัวเรือน
- ( ) รายได้เฉพาะหัวหน้าครัวเรือนคนเดียว
- ( ) การมีพาหนะและอื่นๆ

16. ถ้าหากครัวเรือนของท่าน มีรายได้เพิ่มขึ้นท่านคิดว่าท่านและครัวเรือนของท่านจะออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน เพิ่มขึ้นหรือไม่เพราะเหตุใด

( ) เพิ่มขึ้น เนื่องจาก

- ( ) เป็นการประหยัดเวลาในการทำอาหาร
- ( ) เพื่อความสะดวกสบาย
- ( ) ชอบในรสชาติอาหารของร้านอาหารที่ไปใช้บริการ
- ( ) ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆและเพื่อเข้าสังคมหรือต้องการผ่อนคลาย

ความเครียดหลังจากการทำงาน

( ) ไม่เพิ่มขึ้น

- ( ) ไม่เป็นการประหยัดรายได้ของครัวเรือน
- ( ) สร้างความสะดวกสบายให้แก่สมาชิกมากขึ้นไป
- ( ) ราคาอาหารในบางครั้งไม่เหมาะสม
- ( ) อื่นๆ

17. ในการเลือกสถานที่ที่จะบริโภคอาหารนอกบ้านของท่านๆคำนึงถึงสิ่งใดเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

- ( ) ราคาอาหาร
- ( ) รสชาติอาหาร
- ( ) ความสะอาดของสถานที่
- ( ) การบริการของพนักงานในร้านและอื่นๆ

18. ท่านรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ที่จะบริโภคอาหารจากแหล่งใดมากที่สุด

- ( ) สมาชิกในครัวเรือน
- ( ) เพื่อนหรือคนงานที่ทำงาน
- ( ) สื่อโฆษณาต่างๆ
- ( ) อื่นๆ(โปรดระบุ).....

19.ท่านคิดว่าร้านอาหารหรือสถานที่ขายอาหารในเขตเทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานีควรมีการปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง

- ( ) ราคาอาหาร
- ( ) รสชาติอาหาร
- ( ) ความสะอาดของร้าน
- ( ) สถานที่จอดรถ/การบริการของพนักงานในร้าน

ให้ท่านเลือกว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจในการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้านของท่านมากน้อยเพียงใด โดยระดับความคิดเห็นของท่านมีความหมายดังนี้

- 5 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน **มากที่สุด**
- 4 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน **มาก**
- 3 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน **ปานกลาง**
- 2 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน **น้อย**
- 1 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน **น้อยที่สุด**

คำชี้แจง โปรดเลือกตัวเลขระดับความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.จำนวนครั้งในการรับประทานอาหารนอกบ้านของครัวเรือนของท่าน ในรอบ 1 เดือน					
2.งบประมาณเฉลี่ย(ต่อคน) ในการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน					
3.ประเภทของอาหารที่รับประทานนอกบ้าน					
4.ประเภทร้านอาหารที่รับประทานนอกบ้าน					
5.กลุ่มอิทธิพลที่มีผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน					
6.การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย					
7.การบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นสิ่งที่ไม่ฟุ่มเฟือย					
8.ถ้าหากครัวเรือนของท่าน มีรายได้เพิ่มขึ้นการออกไปบริโภคอาหารนอก บ้าน เพิ่มขึ้น					
9.ถ้าหากครัวเรือนของท่าน มีรายได้เพิ่มขึ้นการออกไปบริโภคอาหารนอก บ้าน ไม่เพิ่มขึ้น					
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
10.ในการเลือกสถานที่ที่จะบริโภคอาหารนอกบ้านเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ การออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน					
11.การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ที่จะบริโภคอาหาร เป็นปัจจัยที่ ส่งผลต่อการออกไปบริโภคอาหารนอกบ้าน					

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์

**ภาคผนวก ข**

ตารางสถิติ Regression การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี



ตารางสถิติ Regression การบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน, อายุของหัวหน้าครัวเรือน, รายได้หัวหน้าครัวเรือน, รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน, อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน, เพศของหัวหน้าครัวเรือน, ประเภทร้านอาหาร และประเภทอาหาร (a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: งบประมาณ

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793(a)	.629	.620	.604

a Predictors: (Constant) ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน อายุของหัวหน้าครัวเรือน รายได้หัวหน้าครัวเรือน รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน เพศของหัวหน้าครัวเรือน ประเภทร้านอาหาร และประเภทอาหาร

### ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240.282	9	26.698	73.211	.000(a)
	Residual	141.858	389	.365		
	Total	382.140	398			

a Predictors: (Constant) ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน อายุของหัวหน้าครัวเรือน รายได้หัวหน้าครัวเรือน รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน เพศของหัวหน้าครัวเรือน ประเภทร้านอาหาร และประเภทอาหาร

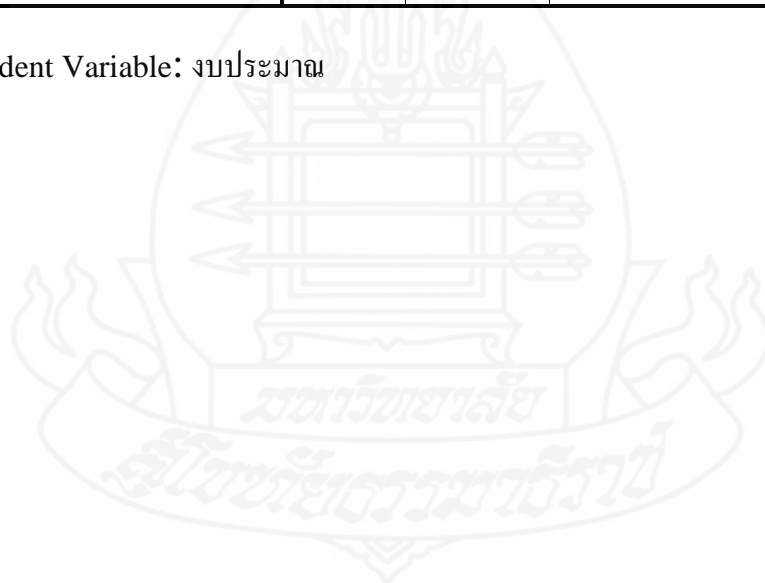
b Dependent Variable: งบประมาณ



**Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.457	.226		2.026	.043
ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน	.118	.064	.057	1.833	.068
อายุของหัวหน้าครัวเรือน	-.007	.003	-.071	-2.003	.046
รายได้หัวหน้าครัวเรือน	.069	.056	.040	1.222	.222
รายได้ของสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือน	-.026	.024	-.043	-1.089	.277
อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน	.039	.032	.046	1.214	.226
เพศของหัวหน้าครัวเรือน	-.025	.038	-.024	-.660	.509
ประเภทร้านอาหาร	.778	.032	.786	24.646	.000
ประเภทอาหาร	-.020	.036	-.018	-.559	.577

a Dependent Variable: งบประมาณ





ภาคผนวก ค

บริบทของเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

## บริบทของเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี

อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี เป็นอำเภอศูนย์กลางการปกครอง เศรษฐกิจและการคมนาคมของจังหวัดตามหลักฐานตามหลักฐานของทางประวัติศาสตร์ เมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 1 มีหลักฐานยืนยันว่าที่ตั้งอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีปัจจุบัน คนเมืองนี้รวมอยู่กับอาณาจักรศรีวิชัย ครั้นอาณาจักรศรีวิชัยเสื่อมลง ดินแดนแห่งนี้ได้แยกออกเป็น 3 เมือง คือ เมืองไชยา เมืองท่าทองและคีรีรัฐนิคม ทั่วไปมักเรียกว่า “บ้านดอน” มีคนหนาแน่นจนกลายเป็นศูนย์กลางการค้าในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดฯให้ย้ายเมืองท่าทองมารวมกับบ้านดอน แล้วยกฐานะเป็นเมืองจัตวา ขึ้นตรงต่อกรุงเทพมหานคร และทรงพระราชทานนามใหม่ว่า “เมืองกาญจนดิษฐ์” ต่อมาในสมัย ร.ศ.117 ได้แบ่งเขตการปกครองเป็นมณฑล โดยการรวมเมืองไชยา เมืองท่าทอง เมืองกาญจนดิษฐ์ และเมืองคีรีรัฐนิคม เข้าเป็นเมืองเดียวกัน แล้วเรียกใหม่ “เมืองไชยา” พร้อมทั้งตั้งศาลากลางขึ้นที่บ้านดอนหรือตั้งอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีปัจจุบัน ส่วนเมืองไชยา(เดิม) เมืองชุมพร และเมืองหลังสวนก็รวมกันเข้าเป็นมณฑลชุมพร ครั้นเมื่อปี พ.ศ. 2440 ได้ยกฐานะเป็นเมืองไชยา (เดิม) เมืองไชยา เมืองท่าทองเป็นเมืองกาญจนดิษฐ์ เมืองไชยาที่ตั้งบ้านดอนนับตั้งแต่นั้นมา พ.ศ.2458 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จประพาสมณฑลปักษ์ใต้ทรงเห็นราษฎรของเมืองบ้านดอนมีกิริยาเรียบร้อย เป็นคนดีมีคุณธรรมเคารพยึดมั่นในพระพุทธศาสนา จึงโปรดเกล้าพระราชทานนามว่า “เมืองสุราษฎร์ธานี” นั่นก็คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานีในปัจจุบัน

เทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี เดิมเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จัดรูปแบบการปกครองแบบสุขาภิบาล ต่อมาในปี พ.ศ. 2475 ได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตย จึงได้มีการตรากฎหมายเกี่ยวกับเทศบาลฉบับแรกขึ้น คือ พระราชบัญญัติระเบียบเทศบาล พ.ศ.2476 ซึ่งมีผลทำให้สุขาภิบาลเมือง สุราษฎร์ธานีได้รับการยกฐานะเป็นเทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ.2478 มีพื้นที่ 2.67 ตารางกิโลเมตร เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2501 ได้ขยายเทศบาลทำให้มีพื้นที่ 6.95 ตารางกิโลเมตร ต่อมาท้องถิ่นมีความเจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว เกิดชุมชนและย่านการค้าทั้งภายในเขตและนอกเทศบาล ซึ่งติดกับเขตเทศบาล มีสภาพคล้ายคลึงกัน อีกทั้งเป็นที่ตั้งของการปกครองระดับจังหวัด ศูนย์กลางความเจริญของภาคใต้ตอนบน ในขณะเดียวกันพื้นที่ตำบลใกล้เคียงก็มีความเจริญต่อเนื่องเป็นชุมชนเดียวกันกับเทศบาล จึงได้ขยายเขตตามพระราชกฤษฎีกาการเปลี่ยนแปลงเขตเทศบาล โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 11 ตอนที่ 59 ลงวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ.2537 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ.2537 ครอบคลุมพื้นที่ 68.97 ตารางกิโลเมตร

วันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2547 นายอริย์ วงศ์อารยะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยได้ลงนามในประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2550 เรื่องการเปลี่ยนแปลงฐานะเทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี เป็นเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 4 พฤษภาคม 2550 เป็นต้นไป ซึ่งข้อมูลพื้นฐานนี้มีความสัมพันธ์กับการประกอบธุรกิจต่างๆในเทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี ทำให้เกิดการประกอบอาชีพที่หลากหลาย รวมทั้งธุรกิจบริการต่างๆโดยเฉพาะธุรกิจร้านเสริมสวย



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวอุมาวรรณ จันทร์น้อย
วัน เดือน ปีเกิด	23 กรกฎาคม 2524
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
ประวัติการศึกษา	พ.ศ 2547 วิทยาศาสตรบัณฑิต คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ตำแหน่ง	เลขานุการศูนย์เครือข่าย สมศ.

