

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

พฤติกรรมบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหาร  
คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

CONSUMPTION BEHAVIOR AND SATISFACTION OF USERS OF  
CANTEEN OF ENGINEERING FACULTY, KING MONGKUT'S INSTITUTE  
OF TECHNOLOGY, LADKRABANG



เลขหมู่..... 140918  
เลขทะเบียน.....  
วันเดือนปี..... 23 ก.พ. 2559

b. 1274774  
i. ....

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**CONSUMPTION BEHAVIOR AND SATISFACTION OF USERS OF  
CANTEEN OF ENGINEERING FACULTY, KING MONGKUT'S INSTITUTE  
OF TECHNOLOGY, LADKRABANG**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN BUSINESS MANAGEMENT  
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2015**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2015**

**ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

CONSUMPTION BEHAVIOR AND SATISFACTION  
OF USERS OF CANTEEN OF ENGINEERING  
FACULTY, KING MONGKUT'S INSTITUTE OF  
TECHNOLOGY, LADKRABANG

นักศึกษา

นางสาวณัชชา สุทธานินทร์

รหัสประจำตัว

55671216

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. กุศลัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร. กุศลัญญา ณ ป้อมเพ็ชร	
รองศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์	
รองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 8 พฤษภาคม 2558 เวลา 11.00 – 11.30 น.

สถานที่สอบ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ชั้น 4 ห้องประชุม AMC 2

วิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร. อำนวย แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และวันที่อ้างถึงเดือน ปี พ.ศ. 2558

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
นักศึกษา	นางสาวณัชชา สุทธานินทร์
รหัสนักศึกษา	55671216
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2558
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

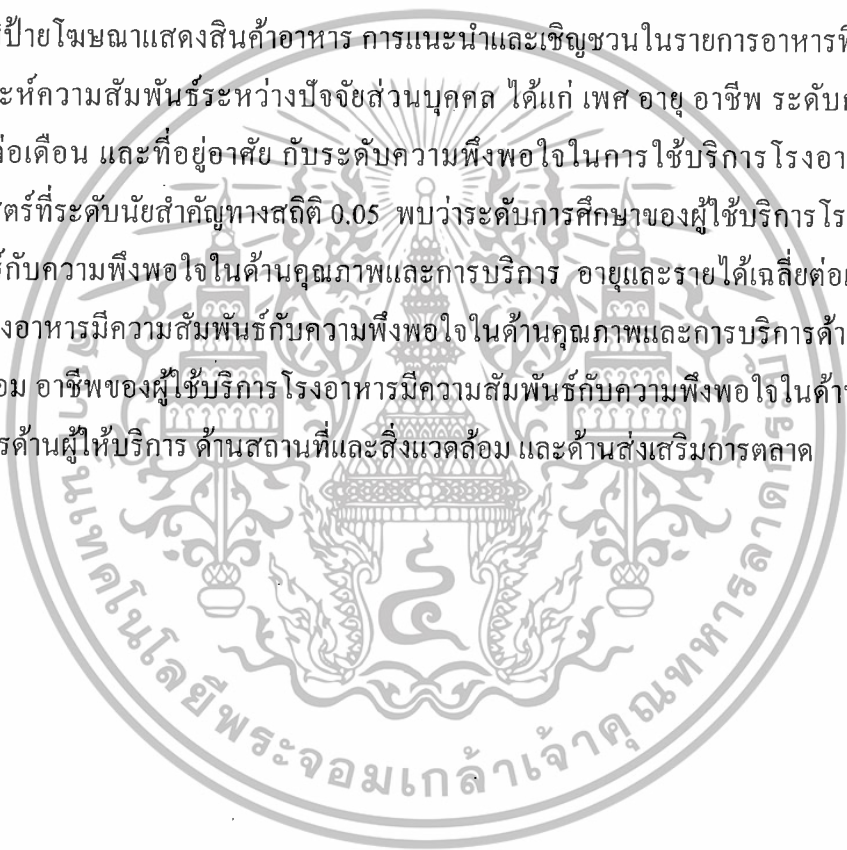
### บทคัดย่อ

โรงอาหารในสถานศึกษาเป็นสถานที่ให้บริการอาหารที่มีความสำคัญต่อนักศึกษา หากสถานที่บริการอาหารไม่ได้มาตรฐาน อาจส่งผลให้เกิดการเจ็บป่วย ดังนั้นการตระหนักถึงความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารที่จำหน่ายภายในโรงอาหารของสถาบันการศึกษา จึงต้องได้คุณภาพมาตรฐานตามหลักสุขาภิบาล การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการจากโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 400 คน และสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 18 ถึง 20 ปี มีอาชีพนักศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 ถึง 15,000 บาทพักอาศัยอยู่หอพัก อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดมิเนียม พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์เพื่อรับประทานอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม เหตุผลในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์เนื่องจากอยู่ใกล้บริเวณอาคารเรียน และมีความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม รู้จักและตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารด้วยตนเอง และเลือกใช้บริการโรงอาหารร่วมกับเพื่อน นิยมเลือกรับประทานอาหารประเภทข้าวราดด้วยกับข้าว โดยมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มในแต่ละครั้งจำนวน 36 ถึง 45 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการช่วงเวลากลางวัน(11.01 ถึง 14.00 น.) โดยมีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงอาหาร 3 ถึง 5 วันต่อสัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการและคุณภาพในระดับมาก ในเรื่องความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของอาหาร และความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร มีระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของบุคคลอยู่ในระดับมาก ในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเอาใจใส่ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มมีหลากหลายราคาให้เลือก รวมถึงมีความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณ ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมและสถานที่อยู่ในระดับมาก ในเรื่องสถานที่จำหน่ายอาหาร อากาศถ่ายเทได้สะดวก สถานที่ถูกสุขลักษณะ และมีแสงสว่างเพียงพอ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมตลาดกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องการขอเพิ่มปริมาณข้าวโดยไม่ต้องเพิ่มเงิน การมีป้ายโฆษณาแสดงสินค้าอาหาร การแนะนำและเชิญชวนในรายการอาหารที่น่าสนใจ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่อาศัย กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ อายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม อาชีพของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านส่งเสริมการตลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา III จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Title</b>	Consumption Behavior and Satisfaction of Users of Canteen of Engineering Faculty, King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang
<b>Students</b>	Miss Natchaba Suttanin
<b>Student ID</b>	55671216
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Major</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2015
<b>Advisor</b>	Associate Professor Associate Professor Dr. Kulkanya Napompech
<b>Co-Advisor</b>	Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan

## ABSTRACT

Canteens in educational institutes are the important facilities for food offering services to its students. Without standardized foods, it might lead to sickness. Therefore, to realize the cleanness and safety of foods served within canteen of educational institute must be standardized according to food sanitation principles. This study is aimed to investigate consumption behaviors and satisfaction among users of canteen of Engineering Faculty, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. Research data collected from 400 users of canteen of Engineering Faculty and descriptive statistics used are percentage, mean, standard deviation, and one-way ANOVA.

According to participant data, it found that the population in this research are mostly male, aged between 18-20 years, hold bachelor degree with monthly salary 5,001-15,000 Baht, living in dormitory, apartment, or condominium. Consumption behavior of majority population rely their purposes to be served at canteen of Engineering Faculty on having foods and snacks and also drinking beverages. The main reasons to be served at this canteen are short distance from their education building and wide selections of foods and beverages. They know and make decisions to be served at this canteen both by themselves and by together with their friends.

In addition, they are more likely to purchase rice covering with their own selection courses.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรรมใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา III ะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

The expenses for each foods or beverages purchase is between 36-45 Baht. The usual period is during lunch time 11.01 am. – 2.00 pm. with frequency 3-5 days weekly.

For the study of satisfaction, samples in this research indicate service and quality satisfaction in good level. Regarding cleanness of foods and beverages, variety of selections, and cleanness of food containers, it also found good level of services. Moreover, having human relationships, attentiveness, and eagerness to offer service of service provider, including price satisfaction found in good level. In terms of prices of foods and beverages, there are wide ranges of prices to be offered and those prices are reasonable when considered with quantity. Considering environmental and surroundings satisfaction also reveals in good. Canteen provides well ventilation, hygienic place, and adequate brightness. By marketing promotion satisfaction, population express in good level especially when they are able to request extra rice without paying additional expense, advertisement of menus, and recommendation and persuasion for recommended dishes. After the analysis for correlation between individual variables including gender, age, occupation, educational level, average salary, and type of residences with satisfaction level to be served at canteen of Engineering Faculty at statistical significance level 0.05, it found that educational level of user has correlated with satisfaction of quality and service while age and average salary have associated with quality and environmental and surroundings satisfaction, and user's occupation indicate the relationship with satisfaction of quality, service provider, environmental and surroundings, and marketing promotion.

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือ แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่อง จากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระรองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา แก้ไขและช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์จิรจรยา เจริญวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม และรองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนช่วยเหลือแนะข้อบกพร่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้อนุเคราะห์ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงคุณสุวิทย์ ก้อนนิล หัวหน้างานกิจการนักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ช่วยเหลือในการค้นคว้าข้อมูลโครงการแผนการปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารของคณะวิศวกรรมศาสตร์

นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ให้คำแนะนำให้กำลังใจและให้ความร่วมมือตลอดมา รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยการบริหารและจัดการ ที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานและให้คำแนะนำ

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่ได้จากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ และครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้ศึกษา ทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ณัชบา สุทธานินทร์

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ .....	I
ABSTRACT .....	III
กิตติกรรมประกาศ .....	V
สารบัญ .....	VI
สารบัญตาราง .....	VIII
สารบัญภาพ .....	IX
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา .....	3
1.5 นิยามศัพท์ .....	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	5
2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจในการบริการ .....	5
2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค .....	7
2.3 แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง .....	16
2.4 วรรณกรรม หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	19
3.1 วิธีการรวบรวมข้อมูล .....	19
3.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	19
3.3 ประชากรและขนาดของตัวอย่าง .....	19
3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง .....	20
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	20
3.6 สมมติฐานของการศึกษา .....	21
3.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา **VI** ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	23
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	23
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคในการใช้บริการโรงอาหารของกลุ่มตัวอย่าง .....	26
4.3 ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารของกลุ่มตัวอย่าง .....	32
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	36
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ .....	50
5.1 ข้อสรุป.....	50
5.2 ข้อเสนอแนะ .....	51
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป .....	51
บรรณานุกรม.....	52
ภาคผนวก.....	54
ภาคผนวกแบบสอบถาม .....	55
ประวัติผู้เขียน .....	63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา VII ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	23
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....	24
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	24
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	25
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	25
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่อยู่อาศัย.....	26
4.7 ความถี่การใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	26
4.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มของผู้ใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ ...	27
4.9 เหตุผลในการเลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	27
4.10 บุคคลที่แนะนำในการเลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	28
4.11 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	28
4.12 ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ .....	29
4.13 บุคคลที่ร่วมใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	29
4.14 เมนูอาหารที่เลือกรับประทานจากบริการร้านอาหารของ โรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ .....	30
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มของ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	31
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโอกาสที่เข้าใช้บริการ โรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ .....	32
4.17 ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการและคุณภาพ.....	33
4.18 ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ .....	33
4.19 ระดับความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่ม.....	34
4.20 ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมตลาด.....	34
4.21 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งแวดล้อม .....	35
4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ .....	36
4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์.....	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา VIII ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการจากผู้ใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามช่วงอายุ.....	37
4.25 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมจาก ผู้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามช่วงอายุ.....	39
4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจของผู้บริการโรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์.....	40
4.27 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการจากผู้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	41
4.28 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการจากผู้บริการโรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	42
4.29 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมจาก ผู้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	42
4.30 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดจากผู้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	43
4.31 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจของผู้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	44
4.32 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการจาก ผู้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	45
4.33 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจของผู้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์.....	46
4.34 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการจาก ผู้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	47
4.35 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมจาก ผู้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	48
4.36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจของผู้บริการโรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์.....	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา IX จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ .....	9
2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร .....	11
2.3 สาเหตุและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร .....	13
2.4 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค .....	14
2.5 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อ และพลังผลักดัน .....	15
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	22



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา **X**ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ การรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์จะช่วยเสริมสร้างร่างกายให้เจริญเติบโต ทำให้การดำเนินกิจกรรมทุกส่วนของร่างกายเป็นไปได้อย่างปกติ มีความต้านทานโรค ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของอวัยวะต่าง ๆ เสริมสร้างพัฒนาการทางสมองที่ดี สุขภาพจิตดี แจ่มใส ภูมิภาวะการควบคุมอารมณ์คงที่ ปัจจุบันคนไทยมีภาวะเสี่ยงที่จะเกิดโรคเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดโรคเรื้อรังต่าง ๆ เช่น โรคมะเร็ง เบาหวาน ความดันโลหิตสูง และโรคหลอดเลือดหัวใจ นอกจากนี้การบริโภคอาหารที่มีขั้นตอนการปรุงที่ไม่ถูกสุขลักษณะยังส่งผลเสียแก่ผู้บริโภค ทำให้เกิดโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินอาหาร โดยตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 21 กันยายน 2557 พบผู้ป่วยจากโรคอาหารเป็นพิษมากถึง 94,775 ราย (สำนักโรคบาตวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. 2557) อย่างไรก็ตามร่างกายของมนุษย์ต้องการสารอาหารหลากหลายชนิดจากการเลือกบริโภคอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ตามหลักโภชนาการ และมีขั้นตอนการปรุงที่ถูกสุขลักษณะถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ทั้งนี้เพื่อสุขภาพที่ดีมีชีวิตที่ยืนยาวต่อไป

เยาวชนเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติให้มีความเจริญก้าวหน้า เป็นส่วนที่ขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากเยาวชนในประเทศมีคุณภาพย่อมส่งผลให้ประเทศนั้นมีการพัฒนาได้รวดเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของเยาวชนควบคู่กับการพัฒนาด้านการศึกษานั้น เยาวชนจะต้องมีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความสมบูรณ์พร้อมที่จะเริ่มเรียนรู้และทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยการส่งเสริมให้เยาวชนได้รับอาหารและโภชนาการที่เหมาะสม เพราะในช่วงนี้นับเป็นโอกาสสุดท้ายของวัยที่จะสามารถเจริญเติบโตและพัฒนาการได้เต็มศักยภาพ ในปัจจุบันพบว่าช่วงวัยนี้มีปัญหาทั้งการขาดสารอาหารและภาวะโภชนาการเกิน ปัญหาการขาดสารอาหารที่พบบ่อยในช่วงวัยรุ่นที่กำลังศึกษา คือ ภาวะการขาดโปรตีนและพลังงาน โรคโลหิตจางจากการขาดธาตุเหล็ก และโรคขาดสารไอโอดีน ปัญหาดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเจริญเติบโตช้า เจ็บป่วยบ่อย ความสามารถในการเรียนรู้ด้อย ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนต่ำ และสมรรถภาพในการทำกิจกรรมและการเล่นกีฬาต่ำ ในขณะที่เดียวกันปัญหาโภชนาการเกินได้ส่งผลให้โรคอ้วนในเยาวชนทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงอาหารในสถานศึกษาเป็นสถานที่ให้บริการอาหารที่มีความสำคัญต่อนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาจะต้องบริโภคอาหารจากสถานศึกษาอย่างน้อยวันละ 1 มื้อ หากสถานที่บริการอาหารไม่ได้มาตรฐาน อาหารที่ปรุงสำเร็จสู่นักศึกษาย่อมจะไม่สะอาดตามไปด้วย ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเจ็บป่วย ถึงแม้การปรุงอาหารที่ได้มาตรฐานแล้ว แต่หากมีการปนเปื้อนซ้ำจากคนปรุงอาหารหรือแม่แต่มลพิษจากสภาวะแวดล้อมย่อมส่งผลเสียแก่ผู้ที่รับประทานเข้าไป ดังนั้นการตระหนักถึงความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารที่จำหน่ายภายในโรงอาหารของสถาบันการศึกษา จึงต้องได้คุณภาพมาตรฐานตามหลักสุขาภิบาล เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค นักศึกษา บุคลากร ให้ได้รับประทานอาหารที่สะอาดและปลอดภัยด้วย คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นคณะวิศวกรรมศาสตร์ระดับแนวหน้าของประเทศที่ผลิตวิศวกรสู่สังคม ได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ มีคณาจารย์จำนวน 317 คน บุคลากรเจ้าหน้าที่สายสนับสนุนวิชาการจำนวน 159 คน และมีจำนวนนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ในระดับปริญญาตรี 5,637 คน ระดับปริญญาโทจำนวน 1,002 คน และระดับปริญญาเอก จำนวน 431 คน รวมทั้งสิ้น 7,546 คน (งานทะเบียน คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2557) ทำให้ภายใน 1 วันมีผู้ใช้บริการโรงอาหารเป็นจำนวนมากทั้งนักศึกษา บุคลากรของคณะฯและสถาบันฯ รวมถึงบุคคลภายนอก ดังนั้นผู้บริหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จึงมีนโยบายวางแผน ปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารของคณะฯ ให้มีความสะอาด สวยงาม ถูกสุขลักษณะ รสชาติอร่อย ตามมาตรฐานสุขาภิบาล

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของโรงอาหารในสถานศึกษา และมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมกรการใช้บริการโรงอาหารและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ และเป็นตัวอย่างในการพัฒนาโรงอาหารสำหรับสถานศึกษาต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์
2. ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์
3. นำผลการศึกษาที่ได้เป็นข้อมูล แนวทาง เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ต่อไป

### 1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ ผู้ให้บริการ ได้แก่ พ่อค้าและแม่ค้า ราคาส่งเสริมการตลาด สถานที่และสิ่งแวดล้อมของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์ บุคลากร และบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน นับแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 – เดือนพฤษภาคม 2558

### 1.5 นิยามศัพท์

อาหารปลอดภัย หมายถึง อาหารที่รับประทานเข้าสู่ร่างกายจะต้องมีคุณภาพดีมีสารอาหารครบถ้วนเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย สะอาดและปราศจากสารพิษเจือปนอันจะก่อให้เกิดภัยอันตรายแก่สุขภาพ

การสุขาภิบาลอาหาร หมายถึง การจัดการควบคุมอาหารให้สะอาดปลอดภัยจากเชื้อโรคพยาธิ และสารพิษต่างๆ ที่อาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพอนามัย และการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาจกล่าวโดยย่อได้ว่า การสุขาภิบาลอาหารคือการทำอาหารให้สะอาดและปลอดภัย ไม่เป็นโรคภัย

การปนเปื้อนของอาหาร หมายถึง การมีสิ่งแปลกปลอมหรือสิ่งที่เป็นอันตรายปะปนลงในอาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งทำให้เสี่ยงต่อการเจ็บป่วย การบาดเจ็บหรือการไม่สบายของผู้บริโภค ผู้สัมผัสอาหารมีหน้าที่จะต้องป้องกันจากการปนเปื้อนของอาหาร เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ด้วยวิธีการที่ถูกสุขลักษณะตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุขภาพ หมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย จิตใจ และทางสังคม ตามร่างพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ 2545 ให้ความหมายของคำว่า สุขภาพ คือ ภาวะที่มีความพร้อมสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย คือ ร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง คล่องแคล่ว มีกำลัง ไม่เป็นโรค ไม่พิการ ไม่มีอุบัติเหตุอันตราย มีสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ ดังนั้น "สุขภาพ" จึงหมายถึง การมีร่างกายแข็งแรงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บในทุกระดับของร่างกาย มีสุขภาพจิตดี และสามารถปรับตัวให้อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างปกติสุข ผู้มีสุขภาพดีถือว่าเป็นกำไรของชีวิต เพราะทำให้ผู้เป็นเจ้าของชีวิตดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

# แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

### 2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจในการบริการ

#### 2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตั้งเครียด

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนิยมนิยมชอบในผลิตภัณฑ์ใดมากกว่าผลิตภัณฑ์ตัวอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตัวนั้น

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเป็นความพอใจที่เกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังแสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจยังรวมถึงการตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่ต้องการจริง ๆ ขณะเวลาที่ผู้บริโภคต้องการและในวิถีทางที่ต้องการ หรือจะกล่าวได้ว่าเป็นการตอบสนอง ความจำเป็นของลูกค้า ซึ่งอาจทำการจัดการระดับความพึงพอใจได้ 3 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 การตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า

ระดับที่ 2 สนองความคาดหวังของลูกค้าในวิถีทางที่ต้องการกลับมาใช้บริการอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับที่ 3 สนองเกินความคาดหมายของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ คือทำการค้นหาว่าลูกค้ามีความต้องการหรือมีความจำเป็นอะไร แล้วจึงสนองความต้องการและความจำเป็นนั้น ซึ่งระดับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนจะแตกต่างกัน แต่ความต้องการพื้นฐานคล้ายคลึงกันไม่ว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลใด ความต้องการจะคล้ายคลึงกัน

จากความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ที่มีผู้ให้ความหมายดังกล่าวข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นการแสดงออกของระดับความรู้สึกของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ที่มีต่อสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้า หรือเข้ารับบริการนั้น ๆ ซึ่งถ้าหากสิ่งที่ได้รับนั้น ได้เท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการแล้ว ความรู้สึกที่แสดงออกคือ ความพึงพอใจ แต่ในทางกลับกันหากสิ่งที่ได้รับนั้น ต่ำกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้แล้ว สิ่งที่แสดงออกมาคือ ความไม่พึงพอใจ

### 2.1.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. ความต้องการในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับสินค้าที่ตรงกับความ ต้องการและบริการที่รวดเร็ว ประทับใจ โดยไม่บกพร่อง ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดที่จะ ทำให้ลูกค้าสนใจ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านราคาแล้ว ยังมีความสำคัญมากกว่า
2. ราคาแข่งขัน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจโดยเฉพาะหากเป็นสินค้า ที่มีจำนวนมาก
3. คุณภาพและความเชื่อถือได้ ลูกค้าคาดหวังว่าสินค้าและบริการที่ซื้อไปจะมีคุณภาพสูง และสามารถเชื่อถือได้
4. การส่งมอบสินค้า ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีการส่งมอบที่ตรงเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และการส่งมอบนั้นจะต้องทำด้วยความมีประสิทธิภาพไม่เกิดความบกพร่อง
5. การบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อสินค้าและบริการแล้ว ลูกค้าย่อมคาดหวังว่า หากเกิดปัญหากับสินค้าหรือบริการที่ได้รับ จะได้รับความช่วยเหลือและแนะนำอย่างดี
6. สถานที่ ลูกค้าย่อมคาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าหรือการรับบริการ ทั้งนี้รวมถึงบรรยากาศและความสะดวกในการบริการด้วย

### 2.1.3 วิธีการสร้างความพึงพอใจ

วิธีที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. สร้างความแตกต่างด้านการแข่งขัน (Competitive Differentiation) เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่งอยู่เสมอ หรืออาจเป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและ บริการเยี่ยม การส่งผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำกว่าเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การสร้างมูลค่ารวมสำหรับลูกค้า คือ ผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับหรืออรรถประโยชน์(Utility) จากผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ซึ่งเกิดจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน

3. ต้นทุนรวมของลูกค้าที่ได้มาจากราคาของผลิตภัณฑ์ คือ เวลาและพลังงานในการซื้อ การใช้ รวมไปถึงต้นทุนด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าต้องยอมรับจากการซื้อสินค้านั้น ๆ

4. มูลค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยมูลค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าต้องสูงกว่าต้นทุนของลูกค้าหรือราคาของสินค้า และหลักเกณฑ์สุดท้าย ความคาดหวังของลูกค้า ที่เกิดจากความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การทดลองใช้ฟังคำบอกเล่าและประสบการณ์ของตัวลูกค้า ธุรกิจต้องส่งมอบมูลค่าของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า

## 2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญญา ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541) (อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999).) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่น ๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอนั้น ใครคือผู้บริโภค (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ซื้ออย่างไร (How?) ซื้อเมื่อไร (When?) ซื้อที่ไหน (Where?) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งการศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจ ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แม้จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

1. พฤติกรรมของผู้ซื้อ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าจะสนใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Buyer behavior) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติการบริโภค ซึ่งหมายถึง การกระทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีกระบวนการกระทำนี้

2. การซื้อและการบริโภค คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค นั้น ในความหมายที่ถูกต้องมิใช่หมายถึง การบริโภค (Consumption) แต่หากหมายถึงการซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค จึงเน้นถึงตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญ และที่ถูกต้องแล้วการซื้อเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งของการตัดสินใจและไม่สามารถแยกออกได้จากการบริโภคสินค้า ทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเองหรือบริโภคโดยสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวซึ่งมีผู้ซื้อทำตัวเป็นผู้แทนให้ การซื้อแทนนั้น ผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของผู้ที่จะบริโภคอีกต่อหนึ่ง ด้วยเหตุผลนี้เอง ผู้วิเคราะห์การตลาดจึงต้องระวังอยู่เสมอถึงความสัมพันธ์นั้น

สรุป พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการหาให้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อนั้นหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมถึงการตัดสินใจ

บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role) หมายถึง บทบาทของ ผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาบทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การ โฆษณาและผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้ โดยทั่วไปมี 5 บทบาทคือ

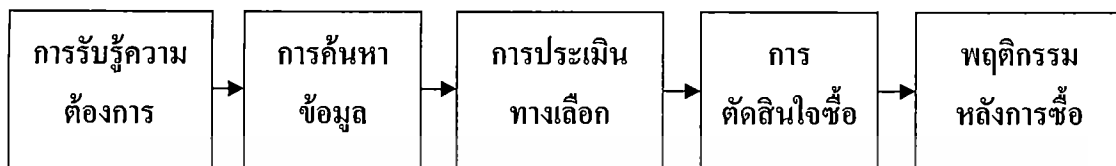
1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) บุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ ริเริ่มซื้อ และเสนอความคิดเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง
2. ผู้มีอิทธิพล (Influence) บุคคลที่ใช้คำพูดหรือการกระทำตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
3. ผู้ตัดสินใจ (Decision) บุคคลผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร หรือซื้อที่ไหน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง
5. ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ  
ที่มา : Kotler Phillip and Armstrong Gary. 1994

1. การรับรู้ความต้องการหรือปัญหา คือ การที่บุคคลสามารถรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนเองซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรืออาจเกิดมาจากสิ่งกระตุ้น โดยรวมถึงความต้องการทางด้านร่างกายและความปรารถนาที่อยากจะได้ อันเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา ผู้บริโภคจะเกิดการเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์เพื่อที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น การรับรู้ถึง ความต้องการ แบ่งเป็น

1.1 การรับรู้ถึงความต้องการในปัจจุบัน

1.2 การรับรู้ถึงความต้องการในอนาคต

1.3 การรับรู้ถึงความต้องการจากการกระตุ้น สิ่งที่ผลักดันให้บุคคลเกิดการตอบสนองหรือตัดสินใจสิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buy Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.3.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่นักการตลาดจะต้องจัดให้มีขึ้นเพราะจะสร้างให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งประกอบด้วย

1.3.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม หุรรหาทันสมัยเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า

1.3.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงรวมถึงการตกแต่งที่สวยงามและความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย เพื่อให้ความสะอาดแก่ผู้บริโภค

1.3.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ รวมถึงมีการลดแลกแจกแถมเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.3.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.3.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.3.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านการชำระค่าสินค้าการใช้บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ

1.3.2.3 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงความต้องการแล้ว จะพยายามค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจ หรือโดยการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือจำนวนข้อมูลที่สามารถจะหามาได้ในการวิเคราะห์ตัดสินใจ ความพอใจที่จะได้รับจากการค้นหาข้อมูล และผู้ค้นหาข้อมูล

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว จาก ขั้นที่ 2 ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลความต้องการนักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกในการประเมินทางเลือกจะมีแนวคิดพื้นฐานที่ช่วยเหลือในขบวนการประเมินผลพฤติกรรมของผู้บริโภคมีด้วยกัน 3 ประการ คือ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ความเชื่อเกี่ยวกับราคา และทัศนคติในการเลือก

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchasing) เมื่อผ่านขั้นตอนในการประเมินผลทางเลือกแล้ว ทางเลือกที่ดีที่สุดจะเป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคเลือก เพราะชอบและถูกใจมากที่สุด ผู้บริโภคยังอาจคำนึงถึงปัจจัยและผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินทางเลือก ได้แก่ ทัศนคติของผู้อื่นต่อการตัดสินใจซื้อของตนเองว่ามีความรู้สึกอย่างไร หากเป็นบวกจะมีความรู้สึกที่พอใจกับการตัดสินใจ และตรงกันข้ามหากเป็นลบย่อมจะรู้สึกไม่พอใจกับการตัดสินใจของตนเอง ปัจจัยหรือสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่ในดุลยพินิจและสามารถวางแผนได้ เช่น ราคา รายได้ และปัจจัยหรือสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ นักการตลาดต้องพยายามควบคุมหรือป้องกันไม่ให้ปัจจัยดังกล่าวเกิดขึ้นกับผู้บริโภค ในขณะที่กำลังตัดสินใจซื้อ หากเหตุการณ์ในลักษณะนี้เกิดขึ้นจะส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจไปซื้ออย่างอื่นแทน

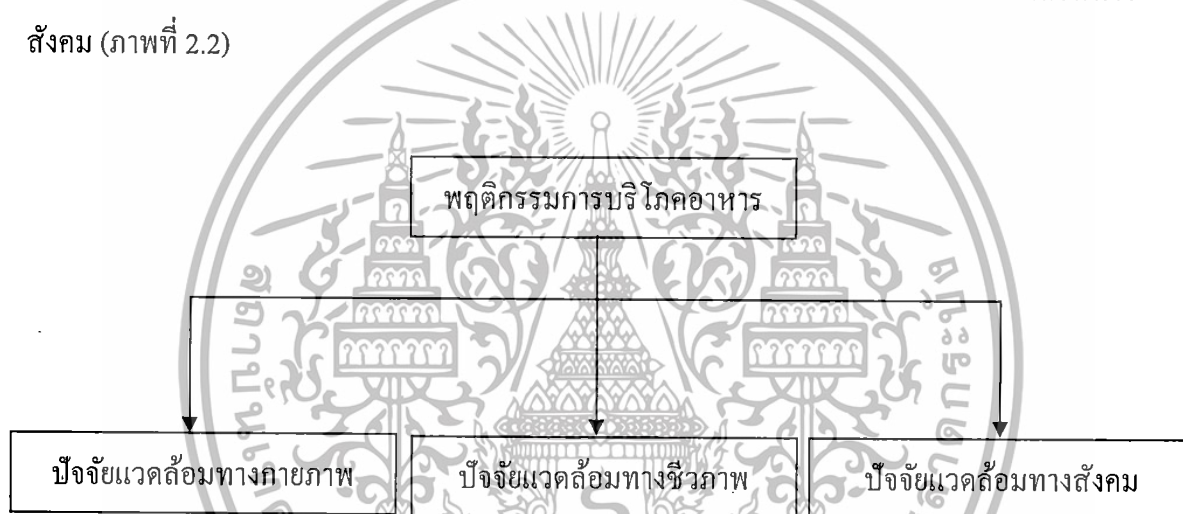
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกระบวนการตัดสินใจซื้อนี้เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญที่สุด ซึ่งผลลัพธ์ที่ออกมาจะเป็นสิ่งที่ทำให้นักการตลาดมีความทุกข์หรือมีความสุขจะอยู่ตรงจุดนี้ เพราะฉะนั้น นักการตลาดจะต้องพยายามหรือหาหนทางทุกอย่างที่จะให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเอง

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ในการบริโภคซึ่งอาจได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งจะมีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

### 2.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหาร

วลัยทิพย์ สาชนวิจารณ์ (2527) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร โดยแบ่งออกได้ดังนี้ คือปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ และปัจจัยแวดล้อมทางสังคม (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

ที่มา : วลัยทิพย์ สาชนวิจารณ์, 2527

1. ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Factor) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สภาพทางภูมิศาสตร์ของชุมชนจะเป็นตัวกำหนดชนิดของอาหารที่จะสามารถผลิตหรือหาได้ในชุมชนนั้น ๆ เช่น ชุมชนที่อยู่ใกล้ทะเลจะหาอาหารได้จากการประมง เป็นต้น นอกจากนี้สภาพทางภูมิศาสตร์ เช่น ดิน น้ำ ภูมิอากาศ ยังเป็นกำหนดชนิดของพืชที่จะสามารถเพาะปลูกได้ในแต่ละชุมชนอีกด้วย ชนิดของพืชและสัตว์ในแต่ละท้องถิ่นจะเป็นเครื่องกำหนดแบบแผนของลักษณะอาหารที่บริโภคของชุมชนของชุมชน ปัจจัยทางกายภาพมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกินอาหารของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่มีเศรษฐศาสตร์เพียงแต่ยังชีพได้ ดังนั้นความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพย่อมจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

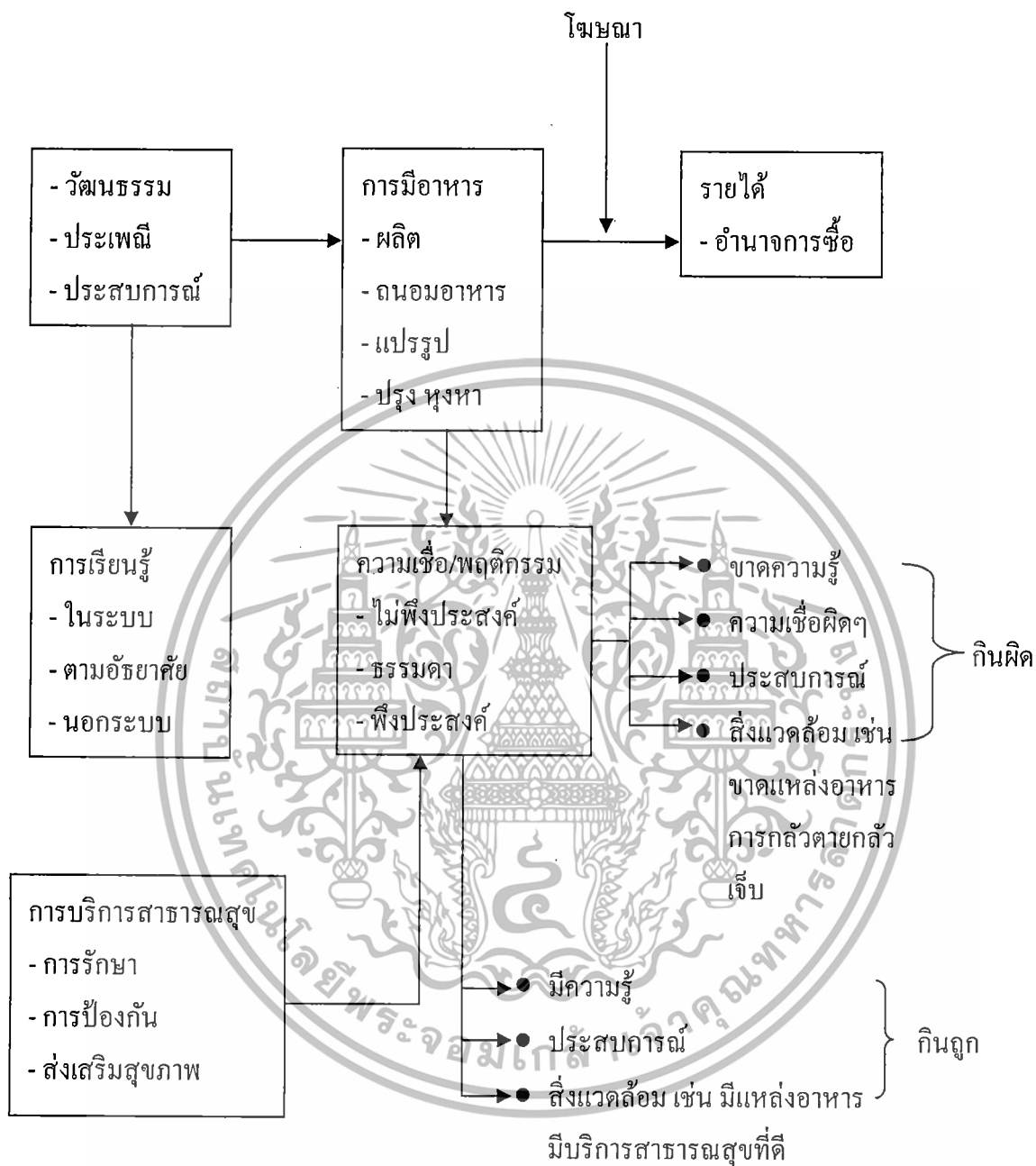
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Factor) ด้วยเหตุที่ว่าแต่ละคนจะมีความต้องการสารอาหารแต่ละชนิดเหมือนกัน จะแตกต่างกันเพียงแต่จะต้องการในปริมาณที่ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพศ วัย สภาพร่างกาย กิจกรรมที่ทำและสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับความหมายของปัจจัยแวดล้อมชีวภาพ วลัยทิพย์ สาชวลวิจารณ์ (2527) ได้ให้ความหมายว่า หมายถึง ชนิดและปริมาณของสารอาหารที่ร่างกายต้องการตามสภาวะของร่างกาย เช่น สภาวะการตั้งครรภ์ อายุ เพศ วัย ความเจ็บป่วย ชนิดของยาที่กิน การทำงานของอวัยวะในร่างกาย เช่น การย่อย การดูดซึมอาหาร เป็นต้น

### 3. ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ

3.1 ลักษณะของสังคมชนบทและสังคมเมืองไทย ในชนบทของไทยโดยทั่วไปเป็นสังคมแบบเครือญาติ มีลักษณะครอบครัว คือ ครอบครัวหนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วย พ่อ แม่ ลูก หลาน อยู่ร่วมกัน เป็นสมาชิกครอบครัว โดยมีพ่อและแม่เป็นศูนย์กลางของครอบครัว สมาชิกในครอบครัวจะมีการแบ่งงานกันทำ หมู่บ้านมีขนาดเล็กและอยู่กระจัดกระจาย ชาวชนบทส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อยในการทำอะไรงี้มักจะมีการเลียนแบบกัน และไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงอะไรง่าย ๆ ซึ่งโดยทั่วไปสังคมในชนบทจะมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีน้ำใจต่อเพื่อนบ้าน ทำให้มีการแลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรต่อกันเสมอ

3.2 ด้านเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว มารดาประกอบอาหารถูกหลักโภชนาการจะทำให้เด็กมีนิสัยการกินที่ดีปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการกินของบุคคลได้แก่ ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารอีกหลายปัจจัย ได้แก่ การกระจายตัวตลาด การโฆษณาสินค้า รายได้และอำนาจการซื้อของแต่ละบุคคล นอกจากนี้การเรียนรู้ ทดลองสิ่งใหม่ๆ ช่วยคิดแปลงพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล และยังมีสถานบริการสาธารณสุขที่อยู่ในท้องถิ่น ยังมีส่วนกำหนดความกล้าหรือความกลัวต่อการบริโภคอาหารชนิดต่าง ๆ สาเหตุและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนั้นสามารถสรุปให้เห็นดังภาพที่ 2.3 (สถาบันวิจัยโภชนาการ, 2529)



ภาพที่ 2.3 สาเหตุและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริการโภชนาการ

ที่มา : สถาบันวิจัยโภชนาการ. 2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.4 แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค

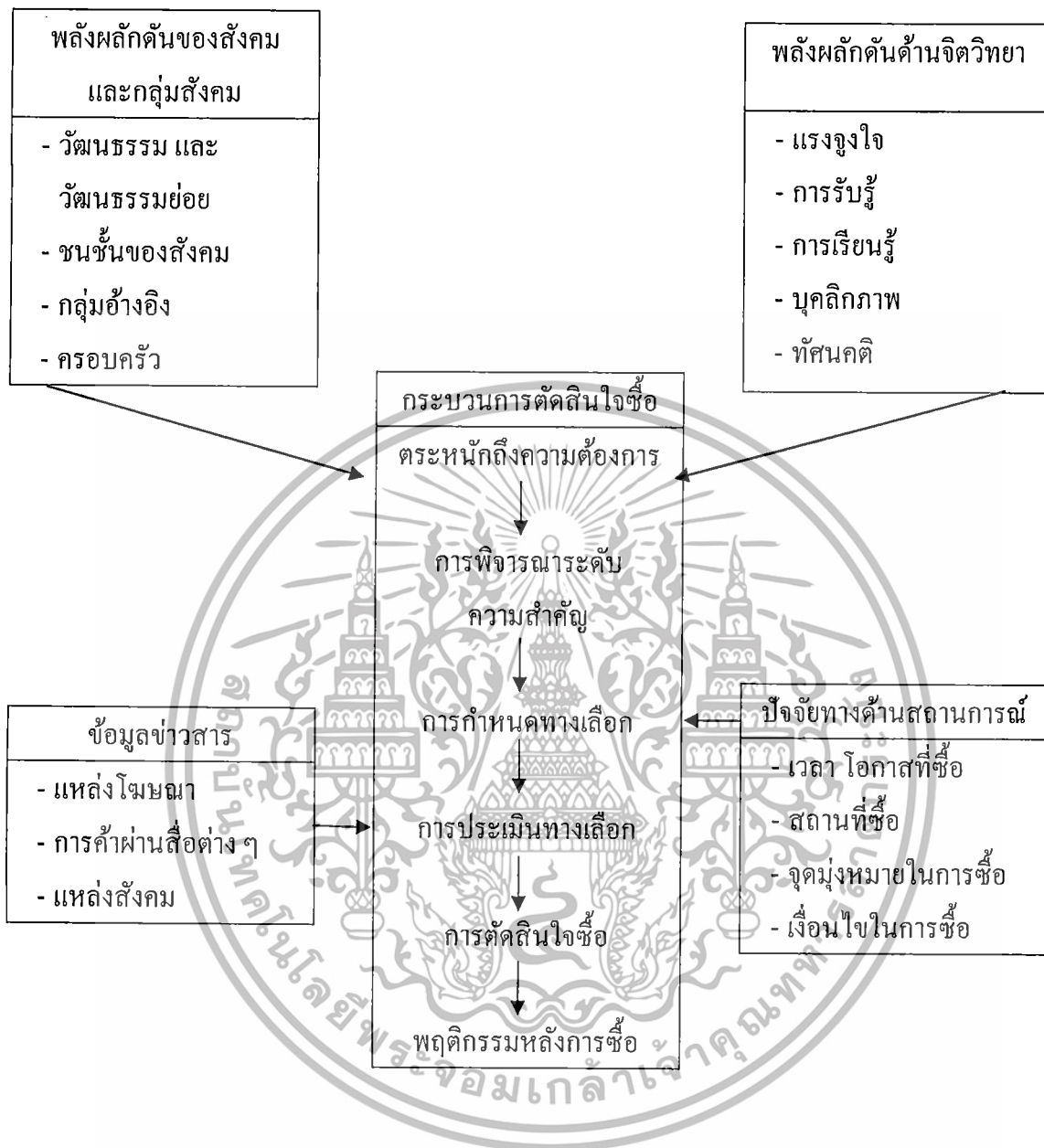
ตัวแบบหรือโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการก่อนแล้วจึงทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) (ภาพที่ 2.4 และภาพที่ 2.5)



ภาพที่ 2.4 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Buyer Behavior)

ที่มา : พิบูล ทีปะปาล. 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 ตัวแบบพฤติกรรมกรซื้อ และผลึกทัศน์  
ที่มา : พิบูล ทีปะปาล. 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์เป็นโรงอาหารที่มีความเก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ด้วยเหตุนี้นักศึกษา เจ้าหน้าที่ และคณาจารย์จึงมีมุมมองเกี่ยวกับภาพพจน์ของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่ไม่ดี เนื่องจากสภาพโรงอาหารมีความเก่าและทรุดโทรมตามกาลเวลา ขาดการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงพื้นที่และสภาพแวดล้อมโดยรอบไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่เรื่องความสะอาดอย่างเพียงพอ ด้วยเหตุนี้จึงถูกมองว่าผู้บริหารของคณะฯ ไม่มีนโยบายที่ชัดเจนเรื่องการปรับปรุงโรงอาหารอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นในฐานะที่โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของงานกิจการนักศึกษา โดยคณบดี รองศาสตราจารย์ ดร.กอบชัย เดชหาญ (2550-2553) จึงมีนโยบายวางแผนปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ให้มีการบริหารจัดการที่ถูกสุขลักษณะ สะอาด อร่อย ราคาถูก มีน้ำดื่มฟรี ได้มาตรฐาน และสามารถรองรับจำนวนนักศึกษา เจ้าหน้าที่ และคณาจารย์ จำนวนกว่า 7,000 คนได้ ด้วยเหตุนี้งานกิจการนักศึกษาจึงเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ในรูปแบบ “คณะอนุกรรมการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ คณะวิศวกรรมศาสตร์ สจล.” โดยคำนึงถึงสวัสดิการของนักศึกษา เจ้าหน้าที่ และคณาจารย์ภายในคณะฯ ที่เข้ามาใช้บริการโรงอาหารให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดเป็นหลักสำคัญ โดยมีแผนปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารเป็นสองเฟส คือในเฟสแรกจะทำการปรับปรุงมุ่งเน้นการดูแลเรื่องความปลอดภัยของอาหาร ให้ได้ถูกสุขลักษณะ สะอาด อร่อย ราคาถูก มีน้ำดื่มฟรี และได้มาตรฐาน หลังจากนั้นในเฟสที่สอง แผนการปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารให้ทันสมัย ลำดับแรกเรื่องการปรับปรุงตัวอาคารให้สะอาดสวยงาม ปรับปรุงและทำบ่อบำบัดน้ำเสียใหม่ สร้างห้องน้ำห้องสุขาเพิ่มเติมให้พอเพียงกับความต้องการของนักศึกษา ปรับปรุงเรื่องความปลอดภัยของพื้นที่นั่งรับประทานอาหารและสภาพแวดล้อม โดยรอบทั้งหมด เพิ่มโต๊ะสำหรับรับประทานอาหารอีกจำนวน 60 ตัว จัดทำอ่างล้างมือ ประตูกันสัตว์เลี้ยงห้ามเข้าในบริเวณโรงอาหาร จัดระบบการทำความสะอาด จัดซื้อรถเข็นสำหรับเก็บจานและเศษอาหาร รวมถึงเสนอนโยบายการควบคุมราคาอาหารหลักและเครื่องดื่มที่จำหน่ายให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมกับสถาบันการศึกษา ให้ถือได้ว่าเป็นโรงอาหารที่มีคุณภาพ สะอาด และมีราคาที่ถูกที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับโรงอาหารอื่น ๆ ภายในสถาบัน เพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่นักศึกษา เจ้าหน้าที่ และคณาจารย์ ซึ่งคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่ได้จะสร้างความพอใจอย่างสูงสุดแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ (งานกิจการนักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.4 วรรณกรรม หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิรมล จ่านงศรี (2546) ศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการให้บริการโรงอาหารของหน่วยโภชนาบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จากกลุ่มตัวอย่าง 1,708 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหาร จำนวน 6 ด้านคือ ด้านเจ้าหน้าที่และการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านการบริการ ด้านอาหาร ด้านการโฆษณาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเก็บข้อมูลและสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test (One-way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการเป็นประจำเลือกใช้บริการโรงอาหารเพราะมีความสะดวกในการเดินทางและเป็นสถานที่พบกับเพื่อน และในส่วนของผู้มาใช้บริการครั้งเดียว ไม่กลับมาใช้บริการอีก เนื่องจากเข้ามารับประทานอาหารแล้วอาหารไม่อร่อย ไม่ได้มาตรฐานและไม่มีคุณภาพ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องสถานที่ประกอบอาหาร การบริการจากเจ้าหน้าที่ และการต้อนรับ ส่วนเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย และการโฆษณามีความพึงพอใจระดับน้อย และผู้ใช้บริการเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อัญชลี สิวติวโรดม (2550) ศึกษาสภาพการให้บริการของโรงอาหารใหญ่มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการให้บริการของโรงอาหารใหญ่มหาวิทยาลัยรามคำแหง และเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับสภาพการให้บริการของโรงอาหารใหญ่มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยจำแนกตามเพศ คณะ ภูมิลำเนา และความถี่ในการใช้บริการ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 160 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิด มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่า (t-test) และการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่าโรงอาหารมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีสภาพการให้บริการด้านคุณภาพอาหาร ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการและด้านสุขาภิบาลอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับสภาพการให้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ คณะ ภูมิลำเนา และความถี่ในการใช้บริการ มีผลต่อสภาพการให้บริการของโรงอาหารในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักศึกษามีข้อเสนอแนะว่าพนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส โรงอาหารควรสะอาดและมีที่ระบายอากาศที่เย็นกว่าเดิม อาหารควรสดใหม่ และมีคุณภาพ เพื่อความเป็นมาตรฐานของโรงอาหารและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปิยะธิดา ขจรชัยกุล และสุภัทรี ไชยกุล (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในการใช้โรงอาหาร : กรณีศึกษาโรงอาหารคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารของคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เก็บข้อมูลโดยจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 419 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและพิสูจน์ความสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson Correlation และ Pearson Chi-square test พบว่า พฤติกรรมของมนุษย์ ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลเช่น การรับรู้ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ความแออัด และสภาพแวดล้อมทางจิตวิทยาเช่น ครอบครัวยุคใหม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภค จากการวิจัยพบว่าคะแนนความรู้ด้านอาหารและโภชนาการแปรผกผันกับอายุ เนื่องจากกลุ่มที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในคณะสาธารณสุขสามารถนำความรู้มาใช้ในชีวิตประจำวัน เห็นได้จากการเลือกรับประทานอาหารและการดื่มน้ำเปล่า นอกจากนี้พบว่าผู้ใช้บริการกลุ่มอาจารย์มีความพึงพอใจระดับต่ำทั้งในด้านสุขาภิบาลอาหารและสถานที่ประกอบการ ส่วนนักศึกษามีความพึงพอใจระดับต่ำด้านสถานที่ประกอบการ เนื่องจากกลุ่มอาจารย์มีความคาดหวังต่อด้านสุขาภิบาลอาหารและด้านสถานที่ประกอบการว่าควรดำเนินการตามหลักวิชาการมากกว่าความจริงที่ปรากฏอยู่ และอาจารย์มีการรับรู้มีความรู้มากกว่าและมีประสบการณ์สูงกว่าจึงมีความคาดหวังสูง ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะควรปรับปรุงด้านสุขาภิบาลอาหารและสถานที่ประกอบการให้มีความสมบูรณ์ตามหลักวิชาการมากยิ่งขึ้น

ลัดดา ปิ่นเกล้า (2555) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ในสถานบริการน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสถิติไคสแควร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2 – 3 เดือนต่อครั้ง เวลา 18.01 – 22.00 น. สาเหตุที่เลือกใช้บริการเนื่องจากใกล้บ้าน เดินทางสะดวก มีใช้จ่ายครั้งละ 100 – 1,000 บาท ร้านอาหารที่นิยมเลือกได้แก่ เคเอฟซี แมคดอนัลด์ เอแอนด์ดับเบิลยู เป็นต้น การวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการจะคำนึงถึงชื่อหรือตราหือเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านราคาและช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับมาก

เอกสารนี้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

# วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในการใช้โรงอาหารของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากงานวิจัยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ วารสาร นิตยสาร สิ่งตีพิมพ์ ตลอดจนข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

### 3.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

### 3.3 ประชากรและขนาดของตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษา อาจารย์ บุคลากร และบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดยที่ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม ในที่นี้กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 50

Z แทน ค่าปกติมาตรฐาน จากการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

d แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่า

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

จากค่าที่คำนวณได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไม่ควรต่ำกว่า 385 คน แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และเพื่อลดส่วนเบี่ยงเบนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

### 3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มแบบบังเอิญ โดยสุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิเคราะห์นั้นประกอบไปด้วย

1. วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantity Analysis) โดยวิเคราะห์ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายสรุปถึงจำนวนลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในรูปการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบรโภคของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหารของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะใช้วิธีวัดระดับความสำคัญตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) คือ การให้ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

และได้กำหนดกลุ่มค่าเฉลี่ยเพื่อระบุความมาก-น้อยของระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 กลุ่มโดยกำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งคำนวณจาก

ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น =  $\frac{\text{คะแนนต่ำสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด/จำนวนชั้น}}$

ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น =  $\frac{(5-1)}{5}$  ดังนั้น

ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น = 0.8

ระดับค่าเฉลี่ยจึงเป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 – 1.80 ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81 – 2.60 ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61 – 3.40 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41 – 4.20 ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 – 5.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

### 3.6 สมมติฐานของการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัย มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ได้วิเคราะห์ผลการศึกษาประกอบด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### 4.1.1 เพศ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และเป็นเพศหญิงจำนวน 183 คนคิดเป็นร้อยละ 45.8 ตามลำดับ เนื่องจากนักศึกษาในคณะวิศวกรรมศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสพบเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	217	54.2
หญิง	183	45.8
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.2 อายุ

จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 158 คน ร้อยละ 39.5 คน รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และอายุ 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 คน (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	4	1.0
18 – 20 ปี	158	39.5
21 – 25 ปี	136	34.0
26 – 30 ปี	22	5.5
31 - 35 ปี	11	2.8
36 – 40 ปี	21	5.2
40 ปีขึ้นไป	48	12.0
รวม	400	100.0

#### 4.1.3 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักศึกษา จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และอาจารย์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	296	74.0
เจ้าหน้าที่	57	14.2
อาจารย์	26	6.5
นักเรียน	11	2.8
บุคคลภายนอก	10	2.5
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.4 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และต่ำกว่าปริญญาตรี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	11.0
ปริญญาตรี	298	74.5
ปริญญาโท	49	12.3
ปริญญาเอก	9	2.2
รวม	400	100.0

#### 4.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	83	20.5
5,001 - 15,000	183	45.0
15,001 - 25,000	63	15.7
25,001 - 35,000	27	6.7
35,001 - 45,000	13	3.3
45,001 - 55,000	13	3.3
มากกว่า 55,000	18	4.5
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.6 ที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่หอพัก อพาร์ทเมนท์ และคอนโดมิเนียม จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 เนื่องจากสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือพักอาศัยอยู่ที่บ้าน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หอพัก อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม	233	58.2
บ้าน	167	41.8
รวม	400	100.0

## 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### 4.2.1 ความถี่การใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการโรงอาหาร 3-5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือใช้บริการน้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และเข้ามาใช้บริการมากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ความถี่การใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 วัน	126	31.5
3-5 วัน	205	51.2
มากกว่า 5 วัน	69	17.3
รวม	400	100.0

### 4.2.2 จำนวนค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มอยู่ระหว่าง 36 - 45 บาทต่อครั้ง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ ค่าใช้จ่ายระหว่าง 46 - 55 บาทต่อครั้ง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และค่าใช้จ่าย 26 - 35 บาทต่อครั้ง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและเครื่องดื่มต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 บาท	7	1.8
16 - 25 บาท	11	2.8
26 - 35 บาท	79	19.8
36 - 45 บาท	185	46.1
46 - 55 บาท	118	29.5
รวม	400	100.0

#### 4.2.3 เหตุผลในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุการณ์การเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ เนื่องจากอยู่ใกล้บริเวณอาคารเรียน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ อาหารมีความหลากหลาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และราคาอาหารเหมาะสม จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 เหตุผลในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงอาหารตั้งอยู่ใกล้อาคารเรียน	136	34.0
อาหารที่จำหน่ายมีหลากหลาย	88	22.0
ราคาอาหารเหมาะสม	83	20.8
มีร้านอาหารจำนวนเพียงพอ	53	13.2
มีจำนวน โต๊ะเก้าอี้เพียงพอ	19	4.8
มีบริการอินเทอร์เน็ต Wi-Fi	9	2.2
การตกแต่งสวยงาม	6	1.5
สะอาดถูกสุขลักษณะ	4	1.0
เพื่อนชวน	2	0.5
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.4 บุคคลที่แนะนำในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าบุคคลที่แนะนำในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ แก่กลุ่มตัวอย่าง คือ ตนเอง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือเพื่อนหรือรุ่นพี่ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และอาจารย์หรือเจ้าหน้าที่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 บุคคลที่แนะนำในการเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

บุคคลที่แนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	266	66.5
เพื่อนหรือรุ่นพี่	115	28.7
อาจารย์และเจ้าหน้าที่	16	4.0
ผู้ขายในโรงอาหาร	3	0.8
รวม	400	100.0

#### 4.2.5 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุดคือ ตนเอง จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือเพื่อนและรุ่นพี่ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 อาจารย์และเจ้าหน้าที่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	265	66.3
เพื่อนหรือรุ่นพี่	121	30.3
อาจารย์หรือเจ้าหน้าที่	9	2.3
ผู้ขายในโรงอาหาร	5	1.1
รวม	400	100.0

#### 4.2.6 ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ ในช่วงเวลา 11.01-14.00 น.มากที่สุด จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือช่วงเวลาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติเห็นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากเวลา 18.00 น. เป็นต้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และช่วงเวลา 06.00 – 11.00 น. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จึงนิยมใช้บริการโรงอาหารในช่วงกลางวัน (11.01-14.00 น.) เนื่องจากนักศึกษาจะมีเวลาเรียนทั้งช่วงเช้าและบ่าย (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เช้า (06.00-11.00 น.)	26	6.5
กลางวัน (11.01-14.00 น.)	322	80.5
เย็น (14.01-18.00)	4	1.0
หลังจากเวลา 18.00 น. เป็นต้นไป	48	12.0
รวม	400	100.0

#### 4.2.7 บุคคลที่ร่วมใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงอาหารร่วมกับเพื่อน จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือใช้บริการคนเดียว จำนวน 55 คน ร้อยละ 13.8 และใช้บริการร่วมกับรุ่นพี่ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 บุคคลที่ร่วมใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

บุคคลที่ร่วมใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน	322	80.5
คนเดียว	55	13.8
รุ่นพี่	15	3.7
อาจารย์	6	1.5
ผู้ปกครอง	2	0.5
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.8 เมนูอาหารที่เลือกรับประทานจากบริการร้านอาหารของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ส่วนใหญ่เลือกรับประทานเมนูข้าวราดด้วยกับข้าว จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือเมนูก๋วยเตี๋ยว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเมนูอาหารที่ประกอบตามสั่ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 กลุ่มตัวอย่างเลือกเมนูอาหารประเภทข้าวราดด้วยกับข้าว เนื่องจากสามารถเลือกอาหารได้ทันที มีความสะดวกและรวดเร็วในการเลือกซื้อ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 เมนูอาหารที่เลือกรับประทานจากบริการร้านอาหารของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

เมนู	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าวราดด้วยกับข้าว	193	48.2
ก๋วยเตี๋ยว	80	20.0
อาหารที่ประกอบตามสั่ง	74	18.5
ข้าวมันไก่	34	8.5
สเต็ก	10	2.5
ข้าวไข่เจียวทรงเครื่อง	6	1.5
แฮมเบอร์เกอร์	3	0.8
รวม	400	100.0

#### 4.2.9 เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากร้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสาเหตุในการเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ เนื่องจากมีความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้มีโอกาสนในการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น จำนวน 270 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือความคุ้มค่ากับราคา จำนวน 197 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 49.3 และรสชาติอร่อยจำนวน 124 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.0 (ตารางที่ 4.15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ  
ร้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงพยาบาลคณะวิศวกรรมศาสตร์

(N=400)

เหตุผล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
มีความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม	270	67.5
คุ้มค่างับราคา	197	49.3
รสชาติอร่อย	124	31.0
เป็นร้านประจำ	93	23.3
สะอาดถูกสุขลักษณะ	79	19.8
ผู้ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส	62	15.5
ตกแต่งอาหารได้สวยงาม น่ารับประทาน	25	6.3
ใกล้อาคารเรียน	16	4.0
ตามเพื่อน/รุ่นพี่	2	0.5
ไม่มีทางเลือกอื่นให้ใช้บริการ	2	0.5
เปิดให้บริการตอนเช้า	1	0.3
บริการรวดเร็ว	1	0.3

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.2.10 โอกาสที่ใช้บริการโรงพยาบาลคณะวิศวกรรมศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีโอกาสที่เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลคณะวิศวกรรมศาสตร์ คือ รับประทานอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม จำนวน 374 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมา คือ เพื่อใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเวลาว่าง จำนวน 107 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.8 และเพื่อใช้เป็นสถานที่นัดหมายเพื่อนและรุ่นพี่ จำนวน 104 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.0 (ตารางที่ 4.16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโอกาสที่เข้าใช้บริการ โรงอาหารคณะ  
วิศวกรรมศาสตร์

(N=400)

โอกาสที่เข้ามาใช้บริการ โรงอาหาร	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ทานอาหาร/ขนม/เครื่องดื่ม	374	93.5
ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเวลาว่าง	107	26.8
เป็นสถานที่นัดหมายเพื่อนและรุ่นพี่	104	26.0
นั่งพักผ่อน	99	24.8
ทำการบ้าน	93	23.3
ดูหนังสือ	87	21.8
เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ระหว่างเพื่อน/รุ่นพี่	74	18.5
ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ของห้อง เช่น จัดพานไหว้ครู	36	9.0
ดูโทรทัศน์	34	8.5

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 4.3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

#### 4.3.1 ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการและคุณภาพ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ ได้แก่ แม่บ้าน  
ประจำโรงอาหาร และคุณภาพการให้บริการของโรงอาหาร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)  
เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจระดับมาก โดยสามอันดับแรกได้แก่  
ความหลากหลายของอาหาร ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม และความสะอาดของภาชนะ  
บรรจุอาหาร (ตารางที่ 4.17)

#### 4.3.2 ระดับความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ ได้แก่  
พ่อค้า-แม่ค้าของโรงอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า  
ทุกรายการมีความพึงพอใจระดับมาก โดยสามอันดับแรกได้แก่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ใ้วาจาสุภาพ  
มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และให้บริการด้วยความเต็มใจ (ตารางที่ 4.18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการและคุณภาพของการให้บริการ

การให้บริการและคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายของอาหาร	3.73	มาก
ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มน้ำ	3.73	มาก
ความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร	3.73	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.69	มาก
มีหม้อน้ำร้อนสำหรับล้างช้อน	3.67	มาก
รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มน้ำ	3.66	มาก
คุณค่าทางอาหารที่ผู้ใช้บริการได้รับ	3.64	มาก
ความสด ความใหม่ของอาหาร	3.63	มาก
คุณภาพของเครื่องปรุง	3.52	มาก
ความเพียงพอของตู้น้ำดื่ม	3.23	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	มาก

ตารางที่ 4.18 ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ใช้วาจาสุภาพ	4.07	มาก
มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า	4.06	มาก
ให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.03	มาก
มีความกระตือรือร้นต่อการบริการ	4.02	มาก
แต่งกายสะอาด และสุภาพ	3.94	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	มาก

#### 4.3.3 ระดับความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่มน้ำ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่มน้ำโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยสามอันดับแรก ได้แก่ อาหารมีหลายราคาให้เลือก เครื่องดื่มน้ำมีหลายราคาให้เลือก และความเหมาะสมของราคาอาหาร (ตารางที่ 4.19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### ตารางที่ 4.19 ระดับความพึงพอใจต่อราคาอาหารและเครื่องดื่ม

ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
อาหารมีหลายราคาให้เลือก	3.79	มาก
เครื่องดื่มมีหลายราคาให้เลือก	3.78	มาก
ความเหมาะสมของราคาอาหารเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร	3.76	มาก
ราคาอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.70	มาก
มีป้ายบอกราคาที่เห็นได้ชัดเจน	3.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	มาก

#### 4.3.4 ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยสามอันดับแรก ได้แก่ ขอเพิ่มปริมาณข้าวเปล่าได้ โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน มีป้ายโฆษณารายการอาหารเด่น และการให้คำแนะนำและเชิญชวนในรายการอาหารที่น่าสนใจ (ตารางที่ 4.20)

#### ตารางที่ 4.20 ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ขอเพิ่มปริมาณข้าวเปล่าได้ โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน	3.63	มาก
มีป้ายโฆษณารายการอาหารเด่น	3.55	มาก
มีการแสดงจัดวางอาหารตัวอย่าง	3.42	มาก
การให้คำแนะนำและเชิญชวนในรายการอาหารที่น่าสนใจ	3.42	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	มาก

#### 4.3.5 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยสามอันดับแรก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอาหารมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ และมีแสงสว่างเพียงพอ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งแวดล้อม

สถานที่และสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่จำหน่ายอาหารมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก	3.82	มาก
สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ	3.81	มาก
มีแสงสว่างเพียงพอ	3.80	มาก
บรรยากาศของโรงอาหาร เหมาะสำหรับนั่งรับประทานอาหาร	3.78	มาก
มีการจัดแบ่งจำนวนร้านอาหารและร้านจำหน่ายน้ำดื่มเหมาะสม	3.75	มาก
ความเพียงพอของจำนวนร้านค้า	3.70	มาก
ความเพียงพอของจำนวนโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร	3.69	มาก
การจัดโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหารเหมาะสมกับพื้นที่ ไม่แออัด	3.66	มาก
สถานที่ในส่วนที่ใช้ประกอบอาหารสะอาด	3.65	มาก
ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร	3.62	มาก
มีป้ายแสดงจุดบริการชัดเจน เช่น จุดบริการช้อน จุดวางภาชนะ	3.62	มาก
มีการตกแต่งร้านค้า สะอาด สวยงาม น่าสนใจ	3.62	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พัดลม โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต	3.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบความสัมพันธ์โดยนำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และที่อยู่อาศัย มาทดสอบความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

##### 4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงอาหาร

ความพึงพอใจจากการใช้บริการ	ค่าสถิติ	เพศ		T	Sig.
		ชาย	หญิง		
ด้านคุณภาพและบริการ	$\bar{X}$	3.72	3.73	-0.11	0.91
	S.D.	0.71	0.66		
ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	4.02	4.09	-0.80	0.43
	S.D.	0.83	0.78		
ด้านราคา	$\bar{X}$	3.69	3.79	-1.21	0.23
	S.D.	0.85	0.71		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	3.87	3.79	1.12	0.26
	S.D.	0.71	0.69		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	3.56	3.66	-1.09	0.28
	S.D.	0.92	0.78		

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม แตกต่างกัน ส่วนความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.23)

จากตารางที่ 4.23 พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านคุณภาพและบริการ โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามช่วงอายุ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอายุ 21 ปี ถึงกลุ่มผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีอายุ 18 ถึง 20 ปี มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอายุ 26 ถึงกลุ่มผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีอายุ 21 ถึง 25 ปี มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ให้บริการที่มีอายุ 26 ถึง 35 ปี และกลุ่มผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ โดยจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 35 ปี	36 - 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
$\bar{X}$	4.75	3.88	3.73	3.36	3.27	3.43	3.50
ต่ำกว่า 18 ปี	4.75	0.09	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*
18 - 20	3.88		0.50	0.00*	0.00*	0.00*	0.00*
21 - 25	3.73			0.02*	0.03*	0.05	0.04*
26 - 30	3.36				0.71	0.75	0.42
31 - 35	3.27					0.53	0.30
36 - 40	3.43						0.68
40 ปีขึ้นไป	3.50						

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลพระรามเก้า

ความพึงพอใจ จากการใช้บริการ	ค่าสถิติ	อายุ							F	Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 – 35 ปี	36 – 40 ปี	40 ปีขึ้นไป		
ด้านคุณภาพและ บริการ	$\bar{X}$	4.75	3.88	3.73	3.36	3.27	3.43	3.50	6.67	0.00*
	S.D.	0.50	0.64	0.64	0.79	0.47	0.75	0.71		
ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	4.50	4.16	4.07	3.86	3.91	3.90	3.77	2.11	0.05
	S.D.	0.58	0.76	0.81	1.04	0.83	1.00	0.69		
ด้านราคา	$\bar{X}$	4.25	3.82	3.70	3.41	4.09	3.71	3.58	1.99	0.07
	S.D.	0.96	0.77	0.81	0.96	0.70	0.72	0.68		
ด้านสถานที่และ สิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	4.75	3.92	3.83	3.68	3.73	3.57	3.69	2.71	0.01*
	S.D.	0.50	0.66	0.72	0.84	0.65	0.60	0.69		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	$\bar{X}$	4.50	3.70	3.60	3.41	3.18	3.33	3.52	2.17	0.05
	S.D.	0.58	0.83	0.90	0.80	0.87	0.73	0.87		

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการ ร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามช่วงอายุ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ใช้บริการ ร้านอาหารที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมแตกต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 18 ถึง กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป และกลุ่มผู้ใช้บริการ ร้านอาหารที่มีอายุ 18 ถึง 20 ปี มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมแตกต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 36 ถึง กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	18 - 20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 35 ปี	36 - 40 ปี	40 ปีขึ้นไป
$\bar{X}$	4.75	3.92	3.83	3.68	3.73	3.57	3.69
ต่ำกว่า 18 ปี	4.75	0.02*	0.01*	0.01*	0.01*	0.00*	0.00*
18 - 20	3.92		0.25	0.12	0.36	0.03*	0.04*
21 - 25	3.83			0.35	0.63	0.11	0.22
26 - 30	3.68				0.86	0.60	0.98
31 - 35	3.73					0.55	0.86
36 - 40	3.57						0.52
40 ปีขึ้นไป	3.69						

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการ ร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าผู้ใช้บริการ ร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์มีพึงพอใจในด้านราคา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลคณะวิศวกรรมศาสตร์

บริการ	ค่าสถิติ	อาชีพ						F	Sig.
		นักเรียน	นักศึกษา	อาจารย์	เจ้าหน้าที่	บุคคลภายนอก			
ด้านคุณภาพและบริการ	$\bar{X}$	4.36	3.77	3.42	3.49	3.70			
	S.D.	0.67	0.66	0.50	0.78	0.48	5.88	0.00*	
ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	4.27	4.12	4.04	3.72	3.80			
	S.D.	0.65	0.81	0.66	0.84	0.63	3.45	0.01*	
ด้านราคา	$\bar{X}$	4.09	3.75	3.73	3.60	3.70			
	S.D.	1.22	0.79	0.72	0.73	0.48	1.03	0.39	
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	4.27	3.88	3.58	3.68	3.60			
	S.D.	0.79	0.70	0.58	0.69	0.52	3.27	0.01*	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	3.91	3.67	3.27	3.42	3.40			
	S.D.	1.22	0.84	0.67	0.92	0.70	2.55	0.04*	

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านด้านคุณภาพและบริการ โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ให้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพนักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และกลุ่มบุคคลภายนอก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ให้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการจากผู้ให้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน	นักศึกษา	อาจารย์	เจ้าหน้าที่	บุคคลภายนอก
	$\bar{X}$	4.36	3.77	3.42	3.49	3.70
นักเรียน	4.36		0.04*	0.00*	0.00*	0.02*
นักศึกษา	3.77			0.01*	0.00*	0.75
อาจารย์	3.42				0.67	0.27
เจ้าหน้าที่	3.49					0.36
บุคคลภายนอก	3.70					

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านด้านผู้ให้บริการ โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ให้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพเจ้าหน้าที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ให้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพเจ้าหน้าที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.28)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการ โรงอาหาร โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน	นักศึกษา	อาจารย์	เจ้าหน้าที่	บุคคลภายนอก
$\bar{X}$		4.27	4.12	4.04	3.72	3.80
นักเรียน	4.27		0.53	0.41	0.04*	0.18
นักศึกษา	4.12			0.63	0.00*	0.22
อาจารย์	4.04				0.09	0.42
เจ้าหน้าที่	3.72					0.77
บุคคลภายนอก	3.80					

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ให้บริการ โรงอาหารที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และบุคคลภายนอก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ให้บริการ โรงอาหารที่มีอาชีพนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมจากผู้ให้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน	นักศึกษา	อาจารย์	เจ้าหน้าที่	บุคคลภายนอก
$\bar{X}$		4.27	3.88	3.58	3.68	3.6
นักเรียน	4.27		0.06	0.01*	0.01*	0.03*
นักศึกษา	3.88			0.03*	0.05	0.21
อาจารย์	3.58				0.51	0.93
เจ้าหน้าที่	3.68					0.72
บุคคลภายนอก	3.6					

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.26 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกับกลุ่มผู้ที่มีอาชีพอาจารย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดจากผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน	นักศึกษา	อาจารย์	เจ้าหน้าที่	บุคคลภายนอก
$\bar{X}$	3.91	3.67	3.27	3.42	3.40
นักเรียน	3.91	0.35	0.04*	0.08	0.17
นักศึกษา	3.67		0.02*	0.05	0.33
อาจารย์	3.27			0.45	0.68
เจ้าหน้าที่	3.42				0.94
บุคคลภายนอก	3.40				

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลศิริเวชการเวชศาสตร์

ความพึงพอใจจากการใช้บริการ	ค่าสถิติ	ระดับการศึกษา				F	Sig.
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก		
ด้านคุณภาพและบริการ	$\bar{X}$	3.66	3.78	3.49	3.33	3.78	0.01*
	S.D.	0.81	0.68	0.58	0.50		
ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	4.09	4.06	3.92	4.22	0.64	0.59
	S.D.	0.83	0.80	0.89	0.67		
ด้านราคา	$\bar{X}$	3.67	3.75	3.78	3.67	0.31	0.82
	S.D.	0.97	0.77	0.77	0.71		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	3.95	3.84	3.80	3.33	2.04	0.11
	S.D.	0.71	0.69	0.74	0.50		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	3.66	3.62	3.49	3.44	0.49	0.69
	S.D.	1.01	0.85	0.77	0.73		

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ด้านคุณภาพและบริการ โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กับความพึงพอใจจากการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธี LSD พบว่า

ผู้ให้บริการ โรงอาหารที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05(ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการจากผู้ให้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
	$\bar{X}$	3.66	3.78	3.49	3.33
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.66		0.26	0.23	0.19
ปริญญาตรี	3.78			0.01*	0.05
ปริญญาโท	3.49				0.53
ปริญญาเอก	3.33				

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหาร พบว่า ผู้ใช้บริการ โรงอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าผู้ให้บริการ โรงอาหารมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.33)

จากตารางที่ 4.33 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงอาหารด้านคุณภาพและบริการ ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการ โรงอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ถึง 35,000 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท และผู้ให้บริการ โรงอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 ถึง 15,000 บาทมีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ถึง 35,000 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.34)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน ไม่นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ความสัมพัทธ์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลและวิศวกรรมศาสตร์

ค่าสถิติ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								F	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	35,001 - 45,000 บาท	45,001 - 55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาท			
ความพึงพอใจจากการ ใช้บริการ	$\bar{X}$	3.81	3.80	3.65	3.41	3.54	3.62	3.44	2.45	0.03*
	S.D.	0.69	0.67	0.74	0.64	0.66	0.65	0.62		
ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	4.17	4.07	3.95	3.96	3.85	4.23	3.89	0.88	0.51
	S.D.	0.64	0.85	0.94	0.81	0.69	0.60	0.76		
ด้านราคา	$\bar{X}$	3.75	3.77	3.57	3.96	3.54	3.85	3.67	1.08	0.38
	S.D.	0.88	0.77	0.76	0.85	0.66	0.80	0.59		
ด้านสถานที่และ สิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	3.93	3.85	3.67	4.11	3.77	3.69	3.56	2.20	0.04*
	S.D.	0.68	0.68	0.74	0.80	0.60	0.75	0.62		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	$\bar{X}$	3.78	3.60	3.40	3.70	3.69	3.54	3.44	1.43	0.20
	S.D.	0.84	0.87	0.81	1.03	0.85	0.66	0.70		

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารด้านคุณภาพและบริการ ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่าผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ถึง 35,000 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท และผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 ถึง 15,000 บาทมีความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ แตกต่างกับผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ถึง 35,000 บาท และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.34 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านคุณภาพและบริการ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	35,001 - 45,000 บาท	45,001 - 55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาท
$\bar{X}$	3.81	3.80	3.65	3.41	3.54	3.62	3.44
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.81	0.97	0.17	0.01*	0.19	0.34	0.04*
5,001 - 15,000 บาท	3.80		0.13	0.01*	0.18	0.34	0.03*
15,001 - 25,000 บาท	3.65			0.12	0.59	0.86	0.26
25,001 - 35,000 บาท	3.41				0.57	0.37	0.86
35,001 - 45,000 บาท	3.54					0.77	0.70
45,001 - 55,000 บาท	3.62						0.49
มากกว่า 55,000 บาท	3.44						

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ด้วยวิธี LSD พบว่าผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ถึง 25,000 บาท และผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ถึง 25,000 บาท มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ถึง 35,000 บาท และกลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ถึง 35,000 บาท บาท มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ใช้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.35 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	35,001 - 45,000 บาท	45,001 - 55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาท
$\bar{X}$	3.93	3.85	3.67	4.11	3.77	3.69	3.56
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.93	0.41	0.03*	0.23	0.44	0.26	0.04*
5,001 - 15,000 บาท	3.85		0.07	0.07	0.68	0.42	0.08
15,001 - 25,000 บาท	3.67			0.01*	0.63	0.90	0.55
25,001 - 35,000 บาท	4.11				0.15	0.07	0.01*
35,001 - 45,000 บาท	3.77					0.78	0.40
45,001 - 55,000 บาท	3.69						0.59
มากกว่า 55,000 บาท	3.56						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการ ร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ ที่มีที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 4.36)

ตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร

ความพึงพอใจจากการใช้บริการ	ค่าสถิติ	ที่อยู่อาศัย		T	Sig.
		บ้าน	หอพัก		
ด้านคุณภาพและบริการ	$\bar{X}$	3.64	3.78	-2.02	0.05
	S.D.	0.71	0.66		
ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	3.96	4.12	-1.99	0.05
	S.D.	0.82	0.80		
ด้านราคา	$\bar{X}$	3.72	3.75	-0.35	0.73
	S.D.	0.78	0.79		
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	3.80	3.86	-0.79	0.43
	S.D.	0.74	0.67		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	3.53	3.66	-1.42	0.16
	S.D.	0.88	0.84		

หมายเหตุ : มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

# สรุปและข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุป

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อถึงศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ ผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นแนวทางเพื่อปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 18-20 ปี มีอาชีพนักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท พักอาศัยอยู่หอพัก อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดมิเนียม

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของผู้ใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์เพื่อรับประทานอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ เนื่องจากอยู่ใกล้บริเวณอาคารเรียน และมีความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม โดยรู้จักและตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ด้วยตนเอง และมักใช้บริการร้านอาหารร่วมกับเพื่อน นิยมเลือกรับประทานอาหารประเภทข้าวราดด้วยกับข้าว มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มในแต่ละครั้งจำนวน 36-45 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการช่วงเวลากลางวัน (11.01-14.00 น.) โดยมีความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านอาหาร 3-5 วันต่อสัปดาห์

ส่วนผลการศึกษาระดับความพึงพอใจโดยแยกเป็นรายด้านของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ จากร้านอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการ และคุณภาพในระดับมากในเรื่องความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของอาหาร และความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร ระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของบุคคลอยู่ในระดับมาก ในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ใ้ข่าวจาสุขภาพ มีความเอาใจใส่ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ระดับความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก ในเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มมีหลากหลายราคาให้เลือก รวมถึงมีความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณ ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมและสถานที่อยู่ในระดับมาก ในเรื่องสถานที่จำหน่ายอาหารอากาศถ่ายเทได้สะดวก สถานที่ถูกสุขลักษณะ และมีแสงสว่างเพียงพอ ระดับความพึงพอใจเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมตลาดกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องการขอเพิ่มปริมาณข้าว โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน การมีป้ายโฆษณาแสดงสินค้าอาหาร การแนะนำและเชิญชวนในรายการอาหารที่น่าสนใจ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและการบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและที่อยู่อาศัยของผู้ใช้บริการโรงอาหารมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ไม่แตกต่างกัน

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป ดังนี้

1. จากการศึกษาทางด้านการให้บริการและคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก แต่ความพึงพอใจในเรื่องจำนวนของตู้น้ำดื่มมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาที่ดียิ่งขึ้นควรเพิ่มจำนวนการให้บริการของตู้น้ำดื่มให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการโรงอาหาร
2. จากการศึกษาทางด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก ในเรื่องพื้นที่การให้บริการ แต่ควรมีการปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ให้มีความเสถียรมากขึ้น และเปิดโทรทัศน์ให้ตรงความต้องการกับกลุ่มตัวอย่าง

## 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับโรงอาหารของคณะหรือมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อนำข้อบกพร่องมาพัฒนาและปรับปรุง ในการให้บริการต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2553. ความสำคัญของโภชนาการในเด็กวัยเรียน/วัยรุ่นน.

ออนไลน์. แหล่งที่มา : [http://www.anamai.moph.go.th/ewt\\_news.php?nid=1728](http://www.anamai.moph.go.th/ewt_news.php?nid=1728)

งานกิจการนักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 2550. โครงการแผนการปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารของคณะวิศวกรรมศาสตร์

งานทะเบียน คณะวิศวกรรมศาสตร์ . 2557. จำนวนนักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2557. ประกาศคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นิรมล จำนงศรี. 2546. พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหารของหน่วยโภชนาการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปรินญาณีพันธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ปิยะธิดา ขจรชัยกุล และสุภัทร์ ไชยกุล. 2554. วารสารสาธารณสุขศาสตร์ ฉบับพิเศษ ๘๔ พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช. ออนไลน์. แหล่งที่มา : [http://www.ph.mahidol.ac.th/journal/5\\_54/02.pdf](http://www.ph.mahidol.ac.th/journal/5_54/02.pdf)

พิบูล ทีปะปาล. 2545. หลักการตลาด. อ้างอิงจาก William J. Stanton, Michael J. Etzel and Bruce J. Walker, Marketing, 12 ed. New York : McGraw-Hill Book Co.,2001,P.96.

ลัดดา ปิ่นเกล้า. 2555. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ในสถานบริการน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมเครือข่ายวิชาการบัณฑิตศึกษาแห่งชาติครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วลัยทิพย์ สาชนวิจารณ์. 2527. การประเมินภาวะโภชนาการทางมนุษย์วิทยาและสังคมวิทยา. เอกสารการสอนชุดวิชาโภชนาการสาธารณสุข หน่วยที่ 5-6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด. 2541. การวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักขิตานนท์ และสุภร เสรีรัตน์. 2541. รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค. อ้างอิงจาก Kotler, Philip. 1999. **Marketing Management**

สิริวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันวิจัยโภชนาการ. 2529. รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง สาเหตุและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การกินของคนไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. 2540. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ปรกาศพริก.

สุพรรณิ อินทร์แก้ว. 2549. การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพส.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักกระบวนวิชา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. 2557. รายงานโรคในระบบเฝ้าระวัง 506 Food Poisoning. ออนไลน์. แหล่งที่มา : [http://www.boe.moph.go.th/boedb/surdata/506wk/y57/d03\\_3757.pdf](http://www.boe.moph.go.th/boedb/surdata/506wk/y57/d03_3757.pdf)

อัญชติ ฐิติวโรดม. 2550. สภาพให้บริการของร้านอาหารใหญ่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Kotler, Philip. 2003. **Principles of Marketing**. New York: Prentice-Hall, Inc.

Kotler Phillip and Armstrong Gary. 1994. **Principle of Marketing**. 7 th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P.,&Armstrong, G. 2002. **Principles of Marketing**. New Delhi: Prentice Hall.

Stanton, William J. and Futrell, C. 1987. **Fundamentals of Marketing**. 8th ed. New York: McGraw-Hill.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก ก

แบบสอบถามโครงการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พฤติกรรมบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร  
คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ซึ่งข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนหากไม่ได้รับอนุญาต แบบสอบถาม  
ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง □ หน้าข้อที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 18 ปี  2. 18 – 20 ปี  
 3. 21 – 25 ปี  4. 26 – 30 ปี  
 5. 31 – 35 ปี  6. 36 – 40 ปี  
 7. ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1. นักเรียน  2. นักศึกษา  
 3. อาจารย์  4. เจ้าหน้าที่  
 5. บุคคลภายนอก  6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. ปริญญาตรี
3. ปริญญาโท  4. ปริญญาเอก

## 5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท  2. 5,001 – 15,000 บาท
3. 15,001 – 25,000 บาท  4. 25,001 – 35,000 บาท
5. 35,001 - 45,000 บาท  6. 45,001 - 55,000 บาท
7. มากกว่า 55,000 บาท

## 6. ที่อยู่อาศัย

- บ้าน  หอพัก อพาร์ทเมนท์ คอนโดฯ

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคของผู้ใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### 1. ความถี่การใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังต่อสัปดาห์

1. น้อยกว่า 3 วัน
2. 3 – 5 วัน
3. มากกว่า 5 วัน

### 2. จำนวนเงินที่ท่านใช้ซื้ออาหารและเครื่องดื่มในโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

1. น้อยกว่า 15 บาท  2. 16 - 25 บาท
3. 26 - 35 บาท  4. 36 - 45 บาท
5. 46 - 55 บาท  5. มากกว่า 55 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สาเหตุสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มีร้านอาหารจำนวนเพียงพอ    | <input type="checkbox"/> 2. อาหารที่จำหน่ายมีหลากหลาย      |
| <input type="checkbox"/> 3. ราคาอาหารเหมาะสม           | <input type="checkbox"/> 4. โรงอาหารตั้งอยู่ใกล้อาคารเรียน |
| <input type="checkbox"/> 5. มีจำนวน โต๊ะเก้าอี้เพียงพอ | <input type="checkbox"/> 6. การตกแต่งสวยงาม                |
| <input type="checkbox"/> 7. สะอาดถูกสุขลักษณะ          | <input type="checkbox"/> 8. มีบริการอินเทอร์เน็ต Wi-Fi     |
| <input type="checkbox"/> 9. เพื่อนชวน                  | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....         |

4. ท่านรู้จักโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจากแหล่งใดมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตนเอง                     | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน/รุ่นพี่   |
| <input type="checkbox"/> 3. อาจารย์และเจ้าหน้าที่     | <input type="checkbox"/> 4. ป้ายโฆษณา        |
| <input type="checkbox"/> 5. เว็บไซต์ Facebook ของคณะฯ | <input type="checkbox"/> 6. ผู้ขายในโรงอาหาร |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....    |  |

5. บุคคลใดที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตนเอง                  | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน/รุ่นพี่   |
| <input type="checkbox"/> 3. อาจารย์และเจ้าหน้าที่  | <input type="checkbox"/> 4. ผู้ขายในโรงอาหาร |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |  |

6. ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นประจำ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เช้า (06.00 – 11.00) | <input type="checkbox"/> 2. กลางวัน (11.01 – 14.00)     |
| <input type="checkbox"/> 4. เย็น (14.01 - 18.00) | <input type="checkbox"/> 4. หลังเวลา 18.00 น. เป็นต้นไป |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. โดยปกติท่านใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังร่วมกับบุคคลใดเป็นประจำ(เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- |                                     |                                       |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. คนเดียว | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน    |
| <input type="checkbox"/> 3. รุ่นพี่ | <input type="checkbox"/> 4. ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> 5. อาจารย์ |                                       |

8. เมนูอาหารที่ท่านเลือกรับประทานจากบริการร้านอาหารของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมากที่สุดคือเมนูใด(เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ข้าวราดด้วยกับข้าว | <input type="checkbox"/> 2. อาหารที่ประกอบตามสั่ง  |
| <input type="checkbox"/> 3. ก๋วยเตี๋ยว         | <input type="checkbox"/> 4. ข้าวมันไก่             |
| <input type="checkbox"/> 5. สเต็ก              | <input type="checkbox"/> 6. ข้าวไข่เจียวทรงเครื่อง |
| <input type="checkbox"/> 7. แฮมเบอร์เกอร์      | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

9. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. มีความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม
- 2. รสชาติอร่อย
- 3. ตกแต่งอาหารได้สวยงาม น่ารับประทาน
- 4. คุ่มค่ากับราคา
- 5. สะอาดถูกสุขลักษณะ
- 6. ผู้ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส
- 7. เป็นร้านประจำ
- 8. ใกล้อาคารเรียน
- 9. เปิดให้บริการตอนเช้า
- 10. ตามเพื่อน/รุ่นพี่
- 11. ไม่มีทางเลือกอื่นให้ใช้บริการ
- 12. บริการรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. โอกาสที่ท่านเข้ามาใช้บริการ โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ทานอาหาร/ขนม/เครื่องดื่ม
2. ทำการบ้าน
3. ดิวหนังสือ
4. ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
5. นั่งพักผ่อน
6. ดูโทรทัศน์
7. เป็นสถานที่นัดหมายเพื่อน/รุ่นพี่
8. ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ของห้อง เช่น จัดพานไหว้ครู
9. เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ระหว่างเพื่อน/รุ่นพี่
10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากการใช้บริการโรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างแต่ละข้อ ที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด (ตอบได้เพียงคำตอบเดียว) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนในความพึงพอใจ ดังนี้  
5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การให้บริการภายในโรงอาหาร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านคุณภาพและการบริการ					
1. รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม					
2. คุณค่าทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับ					
3. ความหลากหลายของอาหาร					
4. ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม					
5. คุณภาพของเครื่องปรุง					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการภายในโรงอาหาร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
6. ความเพียงพอของตู้น้ำดื่ม					
7. ความสะอาดของภาชนะบรรจุอาหาร					
8. ความสด ความใหม่ของอาหาร					
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
10. มีหม้อน้ำร้อนสำหรับล้างช้อน					
<b>ด้านพ่อค้า – แม่ค้า ผู้ให้บริการ</b>					
1. แต่งกายสะอาด และสุภาพ					
2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ใช้วาจาสุภาพ					
3. มีความกระตือรือร้นต่อการบริการ					
4. มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า					
5. ให้บริการด้วยความเต็มใจ					
<b>ด้านราคา</b>					
1. ความเหมาะสมของราคาอาหารเมื่อเทียบกับปริมาณอาหาร					
2. ราคาอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
3. มีป้ายบอกราคาที่เห็นได้ชัดเจน					
4. เครื่องดื่มมีหลายราคา					
5. อาหารมีหลายราคา					
<b>ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม</b>					
1. สถานที่สะอาดถูกสุขลักษณะ					
2. ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการภายในโรงอาหาร	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
3. ความเพียงพอของจำนวนโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร					
4. การจัดโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหารเหมาะสมกับพื้นที่ ไม่แออัด					
5. สถานที่ในส่วนที่ใช้ประกอบอาหารสะอาด					
6. มีป้ายแสดงจุดบริการชัดเจน เช่น จุดบริการช้อนจุดวางภาชนะ					
7. สถานที่จำหน่ายอาหารมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก					
8. มีการจัดแบ่งจำนวนร้านอาหารและร้านจำหน่ายน้ำดื่มเหมาะสม					
9. ความเพียงพอของจำนวนร้านค้า					
10. มีแสงสว่างเพียงพอ					
11. มีการตกแต่งร้านค้า สะอาด สวยงาม น่าสนใจ					
12. บรรยากาศของโรงอาหาร เหมาะสำหรับนั่งรับประทานอาหาร					
13. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พัดลม โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีป้ายรายการอาหารเด่น					
2. มีการแสดงจัดวางอาหารตัวอย่าง					
3. การให้คำแนะนำและเชิญชวนในรายการอาหารที่น่าสนใจ					
4. ขอเพิ่มปริมาณข้าวเปล่าได้ โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องการให้มีการพัฒนา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

\*\*\*ขอขอบคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม\*\*\*



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวณัชชา สุทธานินทร์
วันเดือนปีเกิด	16 มีนาคม 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดชุมพร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	301/65 ซอยฉลองกรุง 7 แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10250
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2553 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2553 – 2554 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2554 - 2555 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ Engineering support บริษัท ยูนิไทย กรุ๊ป จำกัด พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้