

พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน
ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี
Consumer's Behavior of Decision-making in Consuming Northeastern Food
in Mueang Udon Thani Municipality, Udon Thani

ศุภวิวัฒน์ แก้วอินทร์¹

Dutsadeewat Kaew-in¹

ธนกิจ ไชยมาดี²

Thanakit Chaimadee²

เมธา ศิริประยูรศักดิ์³

Metha Siriprayoonsak³

เกษมทรัพย์ ดงหงษ์⁴

Kasemsab Donghong⁴

วิรัตน์ นาเมืองรักษ์⁵

Wirat Namuangrak⁵

ทศพร พรหมเทศ⁶

Thotsaporn Promtet⁶

โครงการจัดตั้งวิทยาลัยมหานครขอนแก่น¹

Khon Kaen University College Establishment Project¹

Corresponding Author, Email: kaewin2515@mail.com¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี และศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารอีสาน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการทำวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า 1. ปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจในการบริโภคอาหารอีสาน มีการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ด้านที่มีการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนด้านที่มีการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 2. ผู้บริโภคอาหารอีสานให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคสรุปผลได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารควรคำนึงถึงความสะอาดสด ใหม่ของอาหารอยู่เสมอ มีวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน ควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร และควรมีการอบรมให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับอาหารภายในร้าน ให้คำแนะนำกับลูกค้าได้ รวมถึงกิริยามารยาท เต็มใจให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับบรรยากาศของร้าน ตกแต่งร้านให้ดูสวยงาม แลดูสะอาด อยู่ตลอดเวลา และควรมีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการตัดสินใจ, การบริโภคอาหารอีสาน, จังหวัดอุดรธานี

Abstract

The research was to study the consumer's behavior of decision-making in consuming Northeastern food in Mueang Udon Thani Municipality, Udon Thani, and to study the recommendations on solving problems of Northeastern food restaurants, classified. The samples of 400 respondents. The research statistics used for the data analysis were comprised of frequency distribution, percentage, arithmetic mean and standard deviation, including the descriptive statistics. The results of this study were found that 1. The personal factor influencing the consumer's decision-making behavior in consuming Northeastern food, was found to be overall at a high level of the mean 4.03. Considered in each aspect, it was found to be at a high level in all aspects, and the personnel aspect was found to be at the highest level of the mean 4.20, followed by the distribution channel 4.11 and the process of decision-making was found to be at the lowest level of the mean 3.88. 2. The recommendations from consumers having Northeastern food, were summarized that Northeastern food restaurants were regularly required to pay attention to clean and fresh food, the manufactured date and the expiration date of food were clearly required to be informed, and the reasonable prices of food were required suitable for the quality of food. The personnel was also found an important issue for Northeastern food restaurant owners, who were required to provide their employees with training courses in order that their employees were able to know about the restaurant's food, to keep working hard, and to provide customers with a willingness on services. Besides, what Northeastern food restaurant owners should pay attention was the restaurant with an attractive atmosphere, graceful decoration, cleanness and sufficient space for car parking.

Keywords: Decision behavior, Consuming Northeastern Food, Udon Thani Province

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหาร นับเป็นธุรกิจเชื่อมโยง จากธุรกิจสถาบันกวดวิชา ธุรกิจห้องพัก ธุรกิจอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มนุษย์จำเป็นต้องได้รับในการดำรงชีวิตอาหารมีการตัดแปลงและวิวัฒนาการอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและวิถีการดำเนินชีวิตของคนแต่ละกลุ่มรวมทั้งเพื่อให้เหมาะสมกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการประกอบอาหารต่างๆเช่นการใช้เตาอบเตาปิ้ง-เตาย่าง ไมโครเวฟหม้ออบความดันเป็นต้นอาหารที่ดีไม่ได้หมายความว่าอาหารที่มีรสชาติดีเท่านั้นแต่ต้องเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับวัยคนไทยเป็นชนชาติที่นิยมรับประทานอาหารรสจัดหรือรสแซ่บ อาหารไทยส่วนมากจึงต้องมีเครื่องปรุงหลายอย่างที่ช่วยเสริมรสชาติอาหารซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากในการปรุงให้อาหารนั้นอร่อยจริงๆและยังต้องมีกรรมวิธีและเทคนิคมากมายที่จะปรุงอาหารให้อร่อยจึงต้องอาศัยทั้งการเรียนรู้ประสบการณ์และความชำนาญของผู้ประกอบอาหารเพื่อให้อาหารนั้นอร่อยถูกปากและแลดูสวยงามน่ารับประทาน

ปัจจุบันจังหวัดอุดรธานีมีความเติบโตเพิ่มมากขึ้นในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการปกครอง ด้านการศึกษา ด้านสังคมภายในจังหวัด และที่เด่นชัดที่สุดประการหนึ่งคือ ด้านเศรษฐกิจ เพราะมีการขยายตัวของธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะการเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาทำให้ ธุรกิจกวดวิชาจากส่วนกลางเข้ามาเปิดสาขามากมายภายในจังหวัด เพื่อรองรับนักเรียนทั้งภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกทั้งจังหวัดอุดรธานีมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมการคมนาคมขนส่งที่สะดวกมีประชากรอาศัยจำนวนมาก ทำให้จังหวัดอุดรธานีมักถูกเลือกเป็นสถานที่ในการประชุม สัมมนา และงานแสดงสินค้า ทั้งระดับภูมิภาค

และระดับประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากความพร้อมของธุรกิจห้องพักอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันธุรกิจห้องพักในจังหวัดขอนแก่นได้เติบโตอย่างมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนที่สัญจรทั่วไป

การจัดประชุม งานสัมมนา และงานแสดงสินค้าต่างๆ เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและโดดเด่นของจังหวัดอุดรธานีซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เกือบทั้งหมด และได้สร้างเม็ดเงินสะพัดให้กับวงการธุรกิจและธุรกิจต่อเนื่องจำนวนมาก (ธุรกิจร้านอาหาร) ในปี 2554 พบว่า ธุรกิจกวดวิชา ธุรกิจให้บริการห้องพัก (หอพัก อพาร์ทเมนท์ และโรงแรม) และธุรกิจจัดประชุมสัมมนา สามารถทำเงินสะพัดได้รวมกันถึง 2,447.- ล้านบาท และสามารถทำเงินสะพัดสำหรับธุรกิจเชื่อมโยง (ธุรกิจร้านอาหาร) เป็นเงินสูงถึง 4,005.- ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดเงินที่สูงกว่าธุรกิจหลักถึงสองเท่าตัวโดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครอุดรธานี นอกจากนี้ธุรกิจดังกล่าวแล้วยังถือเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การค้า พาณิชยกรรม และการลงทุนของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของเทศบาลนครอุดรธานี อยู่ในรูปของการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองที่มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการและประชาชน มีนักลงทุนและผู้ประกอบการที่ต้องการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนที่อยู่ต่างอำเภอและต่างจังหวัด เดินทางเข้ามาทำงานมากขึ้นเรื่อยๆ (เทศบาลนครอุดรธานี , 2558: 15) ซึ่งประชาชนที่เข้ามาทำงานและศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานีนั้น ย่อมมีความต้องการบริโภคอาหารตามมา

จากความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมปัจจุบันมีผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากขึ้นทั้งในด้านความเร่งรีบในชีวิตประจำวันการทำงานแข่งกับเวลา จึงทำให้การจัดอาหารเองมีน้อยลงอีกทั้งการแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูงและความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียดของประชาชนเป็นด้วยเหตุนี้การพึ่งพาร้านอาหารและแนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านจึงเพิ่มสูงขึ้นประกอบกับการขยายตัวของธุรกิจภาคต่าง ๆ และเนื่องจากอาหารอีสานเป็นอาหารยอดนิยมชนิดหนึ่งสำหรับคนไทยทุกคนชั้นของสังคมโดยมีให้เลือกรับประทานอย่างหลากหลายเมนูด้วยรสชาติที่จัดจ้านเปรี้ยวเผ็ดเค็มหวานผสมกันอย่างกลมกล่อมและเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมีสารอาหารครบถ้วนให้ประโยชน์ต่อสุขภาพจึงทำให้อาหารอีสานมีเสน่ห์ดึงดูดผู้บริโภคให้ไม่เบื่อชวนให้รับประทานอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารอีสานที่สนใจจะลงทุนเปิดกิจการร้านอาหารอีสานเพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจการให้ดีขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานได้เพื่อเป็นการเพิ่มกำไรให้กับกิจการของตนเองได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารอีสานในเขตจังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรจากสูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548 : 74) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คนสำรองไว้ 4% รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400.4 หรือ 400 คน

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารอีสาน เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ลักษณะของคำถามประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี โดยแต่ละข้อคำถามมีระดับการตัดสินใจ 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อพิจารณาเรื่องปัญหาที่พบและสิ่งที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

2.1 การสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ที่จะใช้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยจึงกำหนดประเด็นสถานภาพเป็น 5 ประเด็น คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน แล้วกำหนดรายการ (List) ให้ผู้ตอบตรวจสอบความเป็นจริงของแต่ละบุคคล

2. การสร้างแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวคิดของ Likert ที่จะใช้เก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานีได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

การสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

2. กำหนดกรอบแนวคิด และขอช่วยในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องตามนิยามศัพท์เฉพาะ

3. สร้างแบบสอบถามในการวิจัยตามกรอบแนวคิด และนิยามศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

4. นำร่างแบบสอบถามเสนอประธานโครงการด้านการวิจัย และนำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุง

การตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

1. เสนอเครื่องมือต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเพื่อทำการตรวจสอบข้อคำถามให้ตรงกับนิยามศัพท์เฉพาะ และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไข

2. นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ (Index of item objective congruence : IOC)

3. คัดเลือกข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli and Hambleton, 1977 อ้างถึงใน ภัทรพร เกษสังข์, 2549 : 138) ซึ่งแบบสอบถามนี้มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 – 1.00

4. ตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง
การตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability)

1. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ไปคำนวณหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ทั้งฉบับโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (ภัทรพร เกษสังข์, 2549:143) ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้ พบว่า มีค่าความเที่ยง โดยภาพรวม และรายด้านอยู่ระหว่าง .797– .974

3. ตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไข

4. ตรวจสอบและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. คณะผู้ศึกษาขอหนังสือจากโครงการจัดตั้งวิทยาลัยมหานครอุดรธานี เพื่อความขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่กำลังบริโภคอาหารจากร้านอาหารอีสานที่ขออนุญาตจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน 20 ร้าน โดยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค ร้านละ 20 คน โดยผู้ศึกษาอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

3. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ถ้าปรากฏว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบทุกข้อก็จะทำการเก็บเพิ่มเติมในแต่ละส่วน เมื่อได้รับข้อมูลครบแล้ว ผู้ศึกษานำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่(Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

2. ระดับต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รายข้อ รายด้าน และโดยรวม คณะผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย (ภัทรพร เกษสังข์, 2549)

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อพิจารณาเรื่องปัญหาที่พบและสิ่งที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด เมื่อศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และ ใช้การถอดบทความเรียงสำเร็จ และทำการบรรยาย แบบพรรณนาความ (Statistic app) เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาล

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี มีการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร โดยภาพรวม มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีการตัดสินใจสูงสุดคือ ด้านด้านบุคลากร มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจำหน่าย มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านราคา มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านด้านผลิตภัณฑ์ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีการตัดสินใจต่ำที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88

2. จากข้อเสนอแนะ จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้บริโภคได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบและสิ่งที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข ซึ่งลำดับตามความถี่พบว่า ลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็น “อาหารต้องสะอาด” รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ในประเด็น “กิริยาของพนักงานควรพูดจาสุภาพ มีมารยาท มีใจรักในงานบริการ” ลำดับที่ 3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในประเด็น “สถานที่ตั้งของร้านต้องเข้าถึงได้สะดวก ไม่ควรอยู่ในซอยคับแคบ” ส่วนด้านที่มีความถี่น้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในประเด็น “ภายในร้านต้องสะอาด ไม่ต้องหุงห้อมากนัก” ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานของร้านให้เป็นที่พอใจขึ้นทุกด้านตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยนำข้อค้นพบมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

ผู้บริโภคอาหาร มีพฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี มีการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารโดยภาพรวม มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีการตัดสินใจสูงสุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสานนั้น ผู้บริโภคอาหารได้คำนึงถึงด้านบุคลากร มาประกอบกับการเลือกร้านอาหารเพราะผู้บริโภคพิจารณาว่าพนักงานนั้นต้องมีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อย มีความกระตือรือร้นรวดเร็วในการบริการ บริการด้วยใจรักเป็นกันเองและพนักงานมีความรู้ในรายการอาหาร/ เครื่องดื่มที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เป็นผู้ขับเคลื่อนให้กับทางผู้ประกอบการโดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่าง เหนือคู่แข่ง ดังนั้นพนักงานจึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์มีความเสมอภาคในการให้บริการเพื่อสร้างความรู้สึกระประทับใจ ให้กับลูกค้า สอดคล้องกับชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 63 -83) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการเกี่ยวกับพนักงานว่าพนักงานประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมตั้งแต่เจ้าของผู้บริหารพนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ พนักงาน ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องพบปะ

และให้บริการลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำบริเวณรอบ ที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์ พนักงานขององค์กรที่ให้บริการจะมีทั้งพนักงานที่ทำงานพบกับลูกค้าโดยตรง (พนักงานส่วนบริเวณรอบ) กับพนักงานของที่ทำงานสนับสนุน (พนักงานส่วนหลัง) เพื่อให้พนักงานส่วนให้บริการส่งมอบบริการอย่างมีคุณค่าให้ลูกค้าจะขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไม่ได้ งานทั้งสองส่วนจะต้องสมบูรณ์ สอดประสานกันอย่างราบรื่น

นอกจากผู้บริโภคร้านอาหารจะคำนึงถึงบุคลากรแล้ว ประเด็นในการตัดสินใจในการบริโภคอาหารอีสาน ด้านช่องทางการจำหน่าย เป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับมาก เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านผู้บริโภคร้านอาหารจะตัดสินใจ เพราะทำเลที่ตั้งของร้านต้องสะดวกในการเดินทางมีที่จอดรถเพียงพอ ป้ายชื่อร้านอาหารเป็นจุดเด่นสังเกตได้ง่ายระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านและสามารถติดต่อได้สะดวก เช่น มีโทรศัพท์ เพื่อสั่งอาหารไว้ได้นอกจากต้องพิจารณาว่าที่ตั้งของร้านจะต้องสะดวกในการเดินทางไปร้านแล้ว ความสะอาดในร้านต้องมีการมีที่นั่งเพียงพอ ตกแต่งสวยงาม น่ารับประทาน อาหาร อาจจะไม่ต้องหรูหรามากนัก แต่ต้องมีความสะอาด บรรยากาศดีอยู่ตลอดเวลา และในส่วนของราคาอาหารผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารอีสาน อาจเป็นเพราะว่าอาหารอีสาน มีราคาถูกกว่าที่อื่น ผู้ประกอบการควรมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน รายการอาหารตรงตามป้ายราคา มีการชำระค่าอาหารด้วยบัตรเครดิต และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารรวมถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึง ด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับอาหารนั้นจะต้องมีให้เลือกอย่างหลากหลาย รสชาติของอาหารต้องอร่อย มีการจัดวางและตกแต่งที่สวยงาม และมีความสดใหม่สะอาดอยู่เสมอ มีคุณสมบัติต่อสุขภาพร่างกาย เพราะลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจบริการด้วย สอดคล้องกับทัศนะของ Adrian (1933 อ้างถึงใน ณิชพัฒน์ วชิรชัยเกียรติ, 2552: 10) สรุปไว้ว่าผลิตภัณฑ์ การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ ซึ่งครอบคลุมทุกอย่างของสินค้า และทุกสิ่งทุกอย่างที่จัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียง ตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจบริการด้วย

และสิ่งสำคัญอีกประเด็นที่ผู้บริโภคร้านอาหาร มีพฤติกรรมการตัดสินใจในการบริโภคอาหารอีสาน คือ การส่งเสริมการตลาด ซึ่งอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางร้าน จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ มีการทดลองให้ชิมฟรีสำหรับเมนูใหม่ ๆ มีการทำบัตรสมาชิก มีบัตรสะสมยอดเพื่อแจกรางวัลหรือรับส่วนลด และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องจากทางร้าน

ในด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวม มีการตัดสินใจที่ผู้บริโภคเลือกอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากทางร้านมีวิธีการในการดำเนินงานขั้นตอนต่างๆ ของงานที่ใช้ในการบริการมีบิลเก็บเงินที่แสดงให้เห็นถึงความชัดเจน บริการรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน มีพนักงานคอยบริการในการจอดรถ มีบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้าการบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน และผลการศึกษาดังกล่าว ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจติมา ลุมภักดี และไกรชิต สุตะเมือง (2555: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ให้ส่วนสำคัญกับปัจจัยด้านราคามีมาตรฐาน ทำเลที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก พนักงานคอยแนะนำบริการให้ลูกค้าอาหารมีให้เลือกหลากหลาย ความประทับใจในการให้บริการ อยากกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ความรู้สึกที่ร้านอาหารที่ใช้อยู่เป็นมืออาชีพ และการมีความสุขที่ได้ตัดสินใจเลือกร้านอาหารร้านนี้ถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพร มิตรภานนท์ (2558: บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26 - 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -

20,000 บาท อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเองค้นหาแหล่งข้อมูลจากโฆษณาในอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้าน ส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุด เรื่องรสชาติอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากที่สุด เรื่องมารยาท และอธยาศัยของพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุด เรื่องหาซื้อง่าย ทุกที่ ทุกเวลา ด้านราคา ให้ความสำคัญมากที่สุด เรื่องราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษา พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

จากที่ประชาชนให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเด็นการสำรวจตามปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจของผู้บริโภคอีสานนั้นได้แบ่งเป็นด้านทั้งจุดเด่นและจุดที่ควรปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านของผู้ประกอบการ ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็น อาหารต้องสะอาด เนื่องจากความสะอาดเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากเพราะเมื่อรับประทานเข้าไป หากอาหารไม่สะอาด ไม่สุก ร่างกายของผู้บริโภคก็อาจจะได้รับเชื้อโรคหรือสิ่งสกปรกเข้าร่างกายไปโดยที่ไม่รู้ตัวซึ่งอาจจะทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากเชื้อโรคและสิ่งสกปรก ไม่เพียงแต่อาหารต้องสะอาดเท่านั้น เครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ประกอบอาหาร ภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารก็ต้องสะอาดด้วยเช่น ทางผู้ประกอบการควรคำนึงถึงเรื่องความสะอาดของอาหารอย่างมาก

1.2 ด้านราคา ประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็น ราคาอาหารแพงเกินไป ควรมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และท้องถิ่น ในเรื่องของราคาอาหารที่แพงเกินไป ทำให้ลูกค้าบางรายไม่สามารถซื้อได้ และควรมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และท้องถิ่นหากราคาแพงแล้วคุณภาพไม่เหมาะสมกับราคาก็อาจจะทำให้เสียลูกค้าบางรายไปได้ เพราะลูกค้าอาจจะหาร้านอื่นที่คุณภาพคล้ายคลึงกันแต่ราคาเท่ากันจะทำให้ผู้ประกอบการเสียลูกค้า และอาจจะทำให้รู้คำรู้สึกเหมือนโดนเอาเปรียบเพราะทางร้านอาจจะเอากำไรมากจนเกินไป ซึ่งทางร้านควรจะลดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และท้องถิ่นหรือไม่ก็ควรจะเพิ่มคุณภาพของอาหารให้เหมาะสมกับราคา

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็น สถานที่ตั้งของร้านต้องเข้าถึงได้สะดวก ไม่ควรอยู่ในซอยคับแคบ ที่ตั้งร้านควรย้ายออกมาตั้งหรือหาพื้นที่ไหนที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและมีที่จอดรถที่เพียงพอเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ไม่ควรไปอยู่ในซอยที่คับแคบและหายากเพราะมีข้อเสียในการเดินทางไปถึงเพราะในซอยคับแคบนั้นเดินทางไม่สะดวกและลูกค้าบางรายอาจจะหลงทางก็เป็นได้

1.4 การส่งเสริมทางการตลาดประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็น จัดทำบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้ม หรือมีส่วนลดสำหรับสมาชิก เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ร้านอาหารควรจัดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มารับประทานอาหารในร้านมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อสะสมแต้ม มีส่วนลดสำหรับสมาชิก หรือการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เป็นสิ่งที่ร้านอาหารควรคำนึงถึงอย่างยิ่ง การทำอย่างนี้ไม่เพียงแต่เรียกลูกค้าให้มารับประทานอาหารในร้านมากยิ่งขึ้นเท่านั้นแต่ยังเป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้าอีกด้วย

1.5 ด้านกระบวนการให้บริการประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็นการปรุงอาหารอีสานต้องปรุงสดๆ เช่น ลาบ ก้อยดิบ ยำกุ้งเต้น ส้มตำ ยำหอยแครง เป็นต้น จำเป็นต้องปรุงสดๆ เท่านั้น หากปรุงทิ้งไว้แล้วนำมารับประทานอาจจะทำให้เกิดอาการอาหารเป็นพิษ อุจจาระเป็นน้ำ ปวดมวนท้องรุนแรงเฉียบพลัน บางครั้งมีอาการคลื่นไส้ อาเจียน เป็นไข้และปวดศีรษะ เพราะฉะนั้นร้านอาหารควรปรับปรุงการปรุงอาหารให้เป็นการปรุงสด ๆ เท่านั้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และชื่อเสียงของทางร้านอีกด้วย เพราะหากลูกค้ารับประทานอาหารจากทางร้านแล้วมีอาการอาหารเป็นพิษ อาจจะทำให้ทางร้านเสียลูกค้าและรายได้อีกด้วย

1.6 ด้านบุคลากรประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็น กิริยาของพนักงานควรพูดจาสุภาพ มีมารยาท มีใจรักในงานบริการ ในด้านงานบริการผู้ที่ให้บริการนั้นต้องมีใจรักในบริการทางร้านควรอบรมกิริยา มารยาทของพนักงาน ก่อนที่ให้บริการลูกค้า เช่น ไม่ควรวางจานที่นำมาเสิร์ฟแรง ควรพูดจาให้น่าฟัง ไม่ควรพูดจากระแทกเสียง ควรยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น เพื่อที่ภาพลักษณ์ของทางร้านจะได้ไม่ดูแย่ เป็นเรื่องที่ทางร้านควรปรับปรุงและตระหนักถึงความสำคัญ

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ประชาชนผู้มาบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีข้อเสนอแนะในประเด็นภายในร้านต้องสะอาดไม่ต้องหุหรามากนัก ความสะอาดในร้านอาหารเป็นสิ่งที่ยังควรคำนึงถึงเป็นลำดับต้นๆ เพราะหากในร้านอาหารมีแมลงสาปหรือหนูโผล่มาให้เห็น ลูกค้าก็จะคิดว่าอาหารที่รับประทานนั้นไม่สะอาดเป็นแน่ ทางร้านควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดอย่างมากในร้านไม่จำเป็นต้องหุหรามาก แต่ไม่ควรมีเศษอาหารหล่นตามพื้น โต๊ะสกปรก มีสัตว์ในร้าน เพียงเท่านี้ร้านอาหารก็จะดูสะอาดขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าว

2.2 ควรศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารภาคอื่น ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

สรุป

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี สรุปได้ดังนี้

1. การตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร โดยมีปัจจัยที่สำคัญ **ด้านบุคลากร** ที่มีความเอาใจใส่ผู้บริโภคมิชอบ **ช่องทางจำหน่าย** ที่สะดวกและง่ายต่อการจับจ่าย มีสถานที่เอื้อต่อการค้าขายสะอาดถูกสุขอนามัย และส่งเสริมการตลาด

2. ผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสานในเขตเทศบาลนครอุดรธานี เน้นประเด็นผลิตภัณฑ์อาหารต้องสะอาด รองลงมาบุคลากรต้องมีกิริยามารยาทของพนักงานที่ดี สถานที่ตั้งของร้านต้องเข้าถึงได้สะดวกไม่ควรอยู่ในซอยคับแคบ

3. ส่วนด้านที่มีความถ้อยน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในประเด็น ภายในร้านต้องสะอาดไม่ต้องหุหรามากนัก และผู้ประกอบการควรเพิ่มประสิทธิภาพ ในการบริหารงานของร้านให้เป็นที่พอใจขึ้นทุกด้าน

องค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารอีสาน ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี สรุปได้ดังนี้

1. การขายอาหารอีสานในภูมิภาคหรือพื้นที่อื่น ๆ ปัจจัยหลักสำคัญ คือ ด้านบุคลากรที่มีความเอาใจใส่ในกระบวนการผลิต
2. สถานที่ต้องเอื้อต่อการตลาดและอุปสงค์พอสมควรในการค้าขายมีช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและง่ายต่อการจับจ่าย มีสถานที่เอื้อต่อการค้าขายสะอาดถูกสุขอนามัย และส่งเสริมการตลาด

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). ภาควิชา สถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิจติมา ลุมภักดี และไกรชิต สุตะเมือง. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารการเงิน การลงทุนการตลาด และการบริหารธุรกิจ, 2(4).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ส. เอเชียเพรส.
- ณธิพัฒน์ วชิรชัยเกียรติ. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรีสากลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เทศบาลนครอุดรธานี. (2558). <http://udoncity.dungbhumi.com/public4/content.2>
- ปิยะพร มิตรภานนท์. (2558). **พฤติกรรมและปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์**. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ บัณฑิตวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภัทรพร เกษสังข์. (2549). **การวิจัยทางการศึกษา**. เลย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย .
- Adrian Payne. (1993). **The Essence of Services Marketing**, Hertfordshire.Prentice Hall International (UK), Ltd.
- Rovinelli and Hambleton. (1977). **On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity**. Dutch Journal of Educational Research, 2, 49-60.