

# การศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

## The Study of Popularity in Ordered Food Consumption of King Mongkut's University of Technology North Bangkok student

นายธนากร เนียมประเสริฐ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่ง รวมถึงศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ระดับ ปวช. ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ที่นิยมบริโภคอาหารตามสั่ง จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในงานวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Chi-square โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่นิยมบริโภคอาหารตามสั่ง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-20 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-5,000 บาท

นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ เรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย = 4.0196 ด้านราคา = 4.1250 ด้านการจัดจำหน่าย = 3.6556 ด้านโปรโมชั่น = 3.1408

ความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งส่วนใหญ่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จะนิยมบริโภคเมนูผัดกะเพรา มีลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งโดยการรับประทานภายในร้าน ความถี่ในการรับประทานอาหารตามสั่ง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารตามสั่ง คือ มีรสชาติอร่อย ส่วนใหญ่มารับประทานอาหารตามสั่งกับเพื่อน และรู้จักร้านอาหารตามสั่งได้โดยตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา

**คำสำคัญ :** การบริโภคอาหารตามสั่ง, พฤติกรรมการบริโภค, ความนิยม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

### Abstract

This research aims to study the popularity of ordered food of King Mongkut's university of Technology north Bangkok students and the personal factors that affect the popularity of ordered food. The marketing mix factors affected to the popularity of ordered food of King Mongkut's university of Technology north Bangkok students. The sample consisted of university students in vocational technology, bachelor's degree, master's degree and doctor's degree popular ordered food consumption of 400 questionnaires were used in the research. Data were analyzed using statistical software. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi-square values determined by the level of statistical significance at 0.05. The results showed

that the subjects who consumed that most are male, aged 15-20 years, single, bachelor's degree. The average monthly income of 2001-5000 baht.

King Mongkut's university of Technology north Bangkok students Levels opinion toward marketing mix in various fields. The following order: The average product = 4.0196, price = 4.1250, distribution = 3.6556, promotional = 3.1408.

The most popular consumption menu of King Mongkut's University of Technology North Bangkok students was basil fried rice. The service characteristics was eating at the restaurant.

The frequencies of consumption were 3-4 times per week. The reason to eat ordered food was delicious. The most of students ate with friends and knew the restaurant from around the university.

**Keyword:** Ordered Food, Consumption, Feeding Behavior, Popularity, King Mongkut's University of technology North Bangkok

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์เพราะอาหารมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการวางรากฐานการพัฒนาสุขภาพของร่างกายจิตใจและสมอง เนื่องจากอาหารเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างให้ร่างกายเจริญเติบโต มีความแข็งแรง และซ่อมแซมอวัยวะส่วนที่สึกหรอของร่างกายให้สามารถทำงานได้อย่างปกติ ดังนั้นการรู้จักเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ จะเกิดผลดีต่อร่างกาย และรวมถึงการมีภาวะโภชนาการที่ดีด้วย ซึ่งภาวะโภชนาการที่ดีนั้นนับว่าเป็นรากฐานที่สำคัญมากในการที่จะทำให้สุขภาพดี การบริโภคอาหารในปริมาณที่เพียงพอได้สัดส่วนและมีสารอาหารครบถ้วนตามความต้องการของร่างกาย ช่วยให้สารอาหารเหล่านั้นเข้าไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ร่างกายในการเสริมสร้างสุขภาพอย่างมีสุขภาพดีทั้งกายและจิตใจ ซึ่งเป็นรากฐานของการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

การบริโภคอาหารจากการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ทำให้ประชาชนในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนและบุคคลภายในครอบครัว แต่ละครอบครัวจะต้องต่อสู้กับชีวิตและความเป็นอยู่ในครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี แต่บางครอบครัวอาจขาดการดูแลเอาใจใส่ตนเองและบุคคลภายในครอบครัว เพราะเนื่องจากจะต้องออกทำงานและทำงานแข่งกับเวลา เพื่อหาเงินมาเลี้ยงบุคคลภายในครอบครัว ทำให้ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพตนเอง ทำให้ตนเองมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้อง เช่น การบริโภคอาหารสำเร็จรูป การบริโภคอาหาร ไม่ครบ 5 หมู่ การบริโภคอาหารมากเกินไป และรับประทานอาหารไม่เป็นเวลา ทำให้เกิด การเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ ที่สามารถป้องกันได้ เช่น โรคกระเพาะอาหาร โรคขาดสารอาหาร โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น (กองโภชนาการ, 2548)

อาหาร คือ สิ่งใดก็ตามที่มนุษย์รับเข้าสู่ร่างกาย (ด้วยการดื่ม กินหรือฉีด) แล้วเกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ และทำให้กระบวนการต่างๆ ในร่างกายดำเนินไปอย่างปกติโดยใช้สารอาหารอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ซึ่งเป็นผลทำให้ร่างกายมีความเจริญเติบโต มีกำลัง และมีความต้านทานโรค ซึ่งอาหารหลักของคนไทยจำแนกได้ 5 หมู่ แต่ถ้าสิ่งใดเมื่อรับประทานแล้วและไม่เป็นประโยชน์หรือให้โทษต่อร่างกาย เช่น สุรา เหล้าเม้า จะไม่เรียกสิ่งเหล่านั้นว่าอาหาร อาหาร ตามความหมายของพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 หมายถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่ วัตถุทุก

ชนิดที่คนกิน ดื่ม อมหรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ หรือในรูปลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิต และประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นแล้วแต่กรณี (พระราชบัญญัติอาหาร,2522)

การบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารในชุมชนหลังมหาวิทยาลัย เพราะร้านอาหารส่วนใหญ่จะต้องศึกษาพฤติกรรมความนิยมในการบริโภคอาหารของเด็กนักศึกษาโดยจะต้องศึกษาจากสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ ที่ผู้บริโภคต้องการ เช่น ด้านราคาอาหาร ความสะอาด รสชาติ ถูกหลักอนามัย มีความหลากหลาย ความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นต้น เพราะฉะนั้นปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาจะเป็นตัวชี้วัดว่าธุรกิจร้านอาหารจะไปต่อในทิศทางใด เพราะปัจจุบันมีร้านอาหารเปิดเป็นจำนวนมากในบริเวณหลังมหาวิทยาลัย ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจร้านอาหารขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมองเห็นปัญหา และเลือกที่จะศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เพื่อที่จะพัฒนาธุรกิจร้านอาหารตามสั่งของผู้วิจัยต่อไปในอนาคต

จากสถานการณ์และปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่า นอกจากอาหารจะเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตแล้วยังพบว่า ความนิยมในการบริโภคอาหารนั้นสำคัญยิ่งกว่า ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และสังเกตพฤติกรรมการบริโภคอาหารของเด็กนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือโดยประยุกต์จากทฤษฎีต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและกำหนดนโยบายด้านการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพที่ดีของเด็กนักศึกษาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

### สมมติฐานของการวิจัย

1. นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาต่างกันจะมีความนิยมในการบริโภคอาหารแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารของเด็กนักศึกษา

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความนิยมในการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาชาย-หญิงชั้นปีที่1-4 ระดับการศึกษา ปวช. ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่มีความต้องการในการบริโภคอาหารตามสั่ง

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความนิยมในการบริโภคอาหารของนักศึกษาที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ ส่วนการรับข้อมูลข่าวสารการบริโภคอาหารของนักศึกษาจะครอบคลุมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่อบุคคลด้วย

## ขอบเขตด้านระยะเวลา

ช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2560 ถึง มีนาคม 2561

## นิยามศัพท์

1. ค่านิยม หมายถึง สิ่งที่คุณพอใจหรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า แล้วยอมรับไว้เป็นความเชื่อ หรือความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ค่านิยมจะครอบงำอยู่ในตัวแต่ละบุคคลในรูปของความเชื่อตลอดไป จนกว่าจะพบกับค่านิยมใหม่ ซึ่งตนเองพอใจกว่าก็จะยอมรับไว้ เมื่อบุคคลประสบกับ การเลือกหรือเผชิญกับเหตุการณ์ ะต้องตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งเข้าจะนำค่านิยมมาประกอบการตัดสินใจทุกครั้งไป ค่านิยมจึงเป็นเสมือนพื้นฐานแห่งการประพฤติ ปฏิบัติของบุคคลโดยตรง
2. พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของวัยรุ่นเกี่ยวกับการเลือกรับประทานอาหาร

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในหัวข้อ “การศึกษาความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่ง และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4p) ที่มีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ระดับ ปวช. ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

### ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research)โดยทำการสำรวจจากตัวอย่างประชากรที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ระดับ ปวช. ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก ในการเก็บข้อมูล

### ตัวแปรในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้จะมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลักษณะ และข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อแจกแจงตัวแปรในการวิจัยเพื่อทำเป็นแบบสอบถาม

### การหาค่าความตรง (Validity) และการหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability)ของเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามได้นำไปทดสอบค่าความเที่ยงตรง(Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ผลทดสอบความน่าเชื่อถือ(Reliability) ของแบบสอบถามในการวิจัย และวัดค่าความน่าเชื่อถือวิธี Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.902

### ประชากรการวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับ ปวช. ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ปีการศึกษา 2560 ทั้งหมด 16 คณะ ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัย คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์พลังงานและสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยนานาชาติ คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม จำนวนรวมทั้งสิ้น 26,697 คน (กองบริการนักศึกษา,สถิติจำนวนนักศึกษาภาคเรียนที่ 2 ปี 2560)

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

เมื่อ  $n$  คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  คือ ขนาดประชากร  
 $e$  คือ คลาดคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ  $N = 26,697$   
 $E = 0.05$

เมื่อแทนค่า จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{26,697}{1 + 26,697(0.05)^2}$$

$$= 399.98$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 400 คน สำหรับขั้นตอนการเลือกตัวอย่างใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยเปิดโอกาสให้ทุกๆ หน่วยของมวลประชากรมีสิทธิ์ที่จะได้รับเลือกขึ้นมาเป็นตัวแทนเท่าๆ กัน การเลือกตัวอย่างโดยวิธีการนี้ มีหลักประกันทางสถิติที่จะเชื่อว่า ตัวอย่างที่ได้รับเลือกขึ้นมา นั้น เป็นตัวแทนของมวลประชากรนั้นๆ โดยใช้การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดหน่วยตัวอย่างขึ้นเอง โดยคำนึงถึงความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่บริเวณในมหาวิทยาลัย

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการสำรวจ มีการใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดทำแบบสอบถามขึ้น โดยใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างเป็นกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 16 คณะ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4P) ของกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเป็น  
 มาตรการประเมินค่า 5 ระดับ ทั้ง 3 ด้าน ซึ่งมีรายละเอียดครอบคลุมเนื้อด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทาง โดยแบ่งความเห็น  
 ด้วยจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

มีผลอย่างยิ่ง	5	คะแนน
มีผล	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
ไม่มีผล	2	คะแนน
ไม่มีผลอย่างยิ่ง	1	คะแนน

โดยใช้เกณฑ์ในการประเมินค่าเฉลี่ยสำหรับความคิดเห็น โดยใช้สูตรการหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งการแปลค่านั้นแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

มีผลอย่างยิ่งมากที่สุดคะแนนเฉลี่ยจะอยู่ในช่วง	4.21 – 5.00	คะแนน
มีผลมากคะแนนเฉลี่ยจะอยู่ในช่วง	3.41 – 4.20	คะแนน
มีผลปานกลางคะแนนเฉลี่ยจะอยู่ในช่วง	2.61 – 3.40	คะแนน
มีผลน้อยคะแนนเฉลี่ยจะอยู่ในช่วง	1.81 – 2.60	คะแนน
ไม่มีผลอย่างยิ่งคะแนนเฉลี่ยจะอยู่ในช่วง	1.00 – 1.80	คะแนน

ส่วนที่ 3 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมในการบริโภคอาหารของกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูล และสถิติ  
 ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. การศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ศึกษาลักษณะทางประชากรที่ส่งผลต่อความนิยมในการบริโภค  
 อาหารตามสั่ง และปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดของอาหารตามสั่งโดยการวิเคราะห์

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง และความนิยม  
 ในบริโภคอาหารตามสั่ง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้แปลความหมายระดับความคิดเห็น  
 ที่มีต่ออาหารตามสั่ง และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการบริโภคอาหารตามสั่ง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความนิยมในการบริโภคอาหารตาม  
 สั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือโดยใช้สถิติทดสอบ Chi-Square

2.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด  
 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA)

2.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดกับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA)

### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางและคำอธิบาย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

### ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

#### ผลการวิจัยที่เป็นความถี่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ

จากตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	204	51.0
หญิง	196	49.0
รวม	400	100

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้ชายซึ่งมีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 มากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	11	2.8
15-20 ปี	253	63.2
21-25 ปี	121	30.3
26-30 ปี	15	3.8
รวม	400	100

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ลำดับต่อมา คือ อายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และลำดับสุดท้ายคือ ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	396	99.0
สมรส	3	.8
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	1	.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากผลการศึกษาตามตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 มากกว่าผู้ที่มีสถานะภาพสมรส ซึ่งจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ลำดับสุดท้าย คือผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ ซึ่งมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	170	42.5
ปริญญาตรี	213	53.3
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 ลำดับสุดท้าย คือผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 2,000 บาท	74	18.5
2,001-5,000 บาท	157	39.3
5,001-8,000 บาท	110	27.5
8,001 บาทขึ้นไป	59	14.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>



จากผลการศึกษาตามตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้มีรายได้อยู่ในระดับที่ 2,001-5,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ซึ่งมากกว่าผู้ที่มีรายได้อยู่ในระดับที่ 5,001-8,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และผู้มีรายได้อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ลำดับสุดท้าย เป็นผู้มีรายได้อยู่ในระดับ 8,001 บาทขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4p ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านโปรโมชัน คำตอบเป็นแบบระดับความคิดเห็น

**ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความ สมบูรณ์ และสามารถนำไป วิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ซึ่งมีผลการศึกษา 4 ด้าน ดังนี้

**ตารางที่ 10** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4 P ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษา แบ่งออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านโปรโมชัน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 4p	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Diviation	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	400	1.50	8.67	4.0196	.70075	มาก
ด้านราคา	400	2.00	5.00	4.1250	.72418	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	400	1.00	5.00	3.6556	.77030	มาก
ด้านโปรโมชัน	400	1.00	5.00	3.1408	.99338	ปานกลาง

จากผลการศึกษาในภาพรวมสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากกว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านโปรโมชัน มีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ในระดับมาก และปานกลาง ตามลำดับ

### ผลการวิจัยจากการทดสอบสมมุติฐาน

**ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรกับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่ง**  
เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง กับ ความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยใช้สถิติ ทดสอบไคสแควร์ ซึ่งมี สมมุติฐานในการทดสอบ ดังนี้

H0 คือ ลักษณะทางประชากร ไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ในประเด็นหลักดังกล่าว

H1 คือ ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์กับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ในประเด็นหลักดังกล่าว

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ  $\alpha$  เท่ากับ 0.05 และทำการ เปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig มากกว่า  $\alpha$  ก็จะยอมรับ H0 แสดงว่า ลักษณะทางประชากร ไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ในประเด็นหลักดังกล่าว และถ้าค่า Sig น้อยกว่า  $\alpha$  ก็จะยอมรับ H1 แสดงว่า ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์ กับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ในประเด็นหลักดังกล่าว

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศกับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

**สมมุติฐานย่อยที่ 1.1** จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและเมนูอาหารตามสั่งที่ชื่นชอบมากที่สุด

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งที่ไม่ต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งที่ต่างกัน

ตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและเมนูอาหารตามสั่งที่นิยมบริโภค

เพศ	ผัดกะเพรา	ข้าวผัด	ข้าวหมูกระเทียม	ข้าวผัดพริกแกง	ราดหน้า	ผัดผงกะหรี่	ข้าวผัดต้มยำ	ข้าวไข่เจียวหมูสับ	สุกี้	คะน้าหมูกรอบ	ผัดซีเม่า	อื่นๆ	รวม
ชาย	62	27	17	7	10	12	6	11	16	22	2	12	204
หญิง	50	13	18	10	14	12	12	15	24	15	5	8	196
รวม	112	40	35	17	24	24	18	26	40	37	7	20	400

มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$$\chi^2=14.882 \quad \text{Sig} = .188$$

จากการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .188 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 แสดงว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเมนูอาหารตามสั่งที่ชื่นชอบมากที่สุด โดยพบว่า เพศชายมีแนวโน้มที่จะบริโภคผัดกะเพรามากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงก็มีแนวโน้มที่จะบริโภคผัดกะเพรามากที่สุดตามลำดับ

**สมมุติฐานย่อยที่ 1.2** จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งที่ไม่ต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านลักษณะการให้บริการร้านอาหารตามสั่งที่ต่างกัน

ตารางที่ 12 ตารางแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและลักษณะการให้บริการร้านอาหารตามสั่ง

เพศ	รับประทานภายในร้าน	ซื้อกลับบ้าน	สั่งทางโทรศัพท์	รวม
ชาย	165	30	8	204
หญิง	150	42	3	196
รวม	315	72	11	400

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05\*

$$\chi^2=4.829 \quad \text{Sig} = .185$$

จากการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .185 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 แสดงว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการให้บริการร้านอาหารตามสั่ง

**สมมุติฐานย่อยที่ 1.3** จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและความถี่ในการรับประทานอาหารตามสั่ง

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านความถี่ในการรับประทานอาหารตามสั่งที่ไม่ต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านความถี่ในการรับประทานอาหารตามสั่งที่ต่างกัน

ตารางที่ 13 ตารางแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและความถี่ในการรับประทานอาหารตามสั่ง

เพศ	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	7-8 ครั้ง	9-10 ครั้ง	ทุกวัน	รวม
ชาย	69	44	23	16	52	204
หญิง	52	49	31	7	57	196
รวม	121	93	54	23	109	400

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05\*

$$\chi^2=7.437 \quad \text{Sig} = .115$$

จากการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .115 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 แสดงว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารตามสั่ง

**สมมุติฐานย่อยที่ 1.4** จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและเหตุผลการเลือกรับประทานอาหารตามสั่ง

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านเหตุผลการเลือกรับประทานอาหารตามสั่งที่ไม่ต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านเหตุผล การเลือกรับประทานอาหารตามสั่งที่ต่างกัน

ตารางที่ 14 ตารางแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและเหตุผลการเลือกรับประทานอาหารตามสั่ง

เพศ	รสชาติอร่อย	วัตถุดิบสดสะอาด	มีราคาเหมาะสม	มีเมนูให้เลือกมากมาย	ต้องการความรวดเร็วในการรับประทาน	อื่นๆ โปรดระบุ	รวม
ชาย	69	38	35	25	28	9	204
หญิง	65	27	30	39	32	3	196
รวม	134	65	65	64	60	12	400

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05\*

$$\chi^2=8.538 \quad \text{Sig} = .129$$

จากการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .129 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 แสดงว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการเลือกรับประทานอาหารตามสั่ง

**สมมุติฐานย่อยที่ 1.5** จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและการรับประทานอาหารตามสั่งกับใคร

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านการรับประทานอาหารตามสั่งกับใครที่ไม่ต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านการรับประทานอาหารตามสั่งกับใครที่ต่างกัน

ตารางที่ 15 ตารางแสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและการรับประทานอาหารตามสั่งกับใคร

เพศ	เพื่อน	แฟน	คนเดียว	ครอบครัว	รวม
ชาย	124	25	50	5	204
หญิง	124	25	43	4	196
รวม	248	50	93	9	400

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05\*

$$\chi^2=.478 \quad \text{Sig} = .924$$

จากการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .924 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 แสดงว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับประทานอาหารตามสั่งกับใคร

## สมมุติฐานย่อยที่ 1.6 จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและการรู้จักร้านอาหารตามสั่ง

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งที่ต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H0 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านการรู้จักร้านอาหารตามสั่งที่ไม่ต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านการรู้จักร้านอาหารตามสั่งที่ต่างกัน

ตารางที่ 16 จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและการรู้จักร้านอาหารตามสั่ง

เพศ	เพื่อนแนะนำ	ป้ายโฆษณา	ใบปลิว	ตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา	รวม
ชาย	66	17	8	113	204
หญิง	64	20	0	112	196
รวม	130	37	8	225	400

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05\*

$$\chi^2=8.122 \quad \text{Sig} = .044$$

จากการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 แสดงว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์เลือกรับประทานอาหารตามสั่ง โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีการรู้จักร้านอาหารตามสั่งโดยมีเพื่อนแนะนำ ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการรู้จักร้านอาหารตามสั่งโดยมีเพื่อนแนะนำด้วย ตามลำดับ

## สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล การทดสอบสมมุติฐาน และข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-20 ปี มีสถานภาพโสด ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-5,000 บาท

ความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารตามสั่งเมนูผัดกระเพรามากที่สุด รองลงมาเลือกบริโภคอาหารตามสั่งเมนูข้าวผัด โดยกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งโดยการรับประทานภายในร้าน มีความถี่ในการบริโภคอาหารตามสั่ง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารตามสั่งคือ รสชาติอร่อย โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการรับประทานอาหารตามสั่งกับเพื่อน และรู้จักร้านอาหารตามสั่งได้โดยเพื่อนแนะนำ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นมากกว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ส่วนปัจจัยด้านโปรโมชั่นมีผลต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือในระดับปานกลาง ตามลำดับ

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1 พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความสัมพันธ์กับความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่ง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2 พบว่า การที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่ง ที่แตกต่างกันในประเด็นของเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารตามสั่ง ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่วางไว้

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย มีอายุน้อย มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย จะนิยมบริโภคอาหารตามสั่งเมนูผัดกระเพรา และข้าวผัดเป็นหลัก มีลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งโดยการรับประทานภายในร้าน มีความถี่ในการบริโภคอาหารตามสั่ง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารตามสั่งคือ รสชาติอร่อย โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการรับประทานอาหารตามสั่งกับเพื่อน และรู้จักร้านอาหารตามสั่งได้โดยเพื่อนแนะนำ โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความนิยมบริโภคอาหารตามสั่งสูง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีอายุน้อย มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงนัก จึงชอบรับประทานอะไรๆ และมีเวลาในการรับประทานอาหารตามสั่งจำกัด ซึ่งเมนูอาหารตามสั่งผัดกระเพราสามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นอาหารที่ง่ายต่อการบริโภค มีรสชาติอร่อย ใช้น้ำมันที่สด สะอาด ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในระดับสูง

ในขณะที่เพศหญิง มีอายุน้อย มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย จะนิยมบริโภคอาหารตามสั่งเมนูผัดกระเพรา และสุกี้ เป็นหลัก มีลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งโดยการรับประทานภายในร้าน มีความถี่ในการบริโภคอาหารตามสั่งทุกวัน มีเหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารตามสั่งคือ รสชาติอร่อย โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการรับประทานอาหารตามสั่งกับเพื่อน และรู้จักร้านอาหารตามสั่งได้โดยตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีการพิถีพิถันในการเลือกรับประทาน จึงเน้นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เมนูอาหารตามสั่งประเภท สุกี้ จึงตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้เป็นอย่างดี โดยกลุ่มตัวอย่างนี้มีลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งโดยการรับประทานภายในร้าน มีความถี่ในการรับประทานอาหารตามสั่งทุกวัน มีการรับประทานอาหารตามสั่งร่วมกับเพื่อน ทำให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในระดับสูง

จากผลการศึกษาที่พบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อความนิยมในการบริโภคอาหารตามสั่งในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้อง ชูชัย สมिति ไกร (2553) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างเฉพาะแต่ละบุคคลโดยมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ย่อมมีความคิด ความรู้สึก ทัศนคติ พฤติกรรม ตลอดจนรสนิยมที่แตกต่างกัน ซึ่งรวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารตามสั่งที่แตกต่างกันด้วย

## ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอคิดเห็นในเรื่องเกี่ยวกับการใช้บริการร้านอาหารอย่างมีนัยยะ เช่น เรื่องความสะอาด, การแต่งกายของผู้ประกอบอาหาร, ราคา เป็นต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าวเป็นประเด็นที่ควรจะไปศึกษาต่อ เพื่อปรับปรุงคุณภาพและการบริการให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารอย่างสูงสุด

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ขนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขจุด ผิดพลาด และข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมาภายใต้หลักการการทำวิจัย และเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยรับรู้ และตระหนักถึงความทุ่มเทของอาจารย์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ นางสาวแพรววรรณ อินคต ที่ช่วยวิเคราะห์ตาราง spss และช่วยประมวลผลข้อมูล

ขอขอบคุณ นางสาวจันทร์พิมพ์ อินทรพันธ์ และนางสาวทรอยด์ วงศ์วิเศษ จันทร์เพ็ง ที่ช่วยจัดหน้ากระดาษ พิสูจน์อักษร หาคำผิด และจุดผิดพลาดต่างๆ ในเล่มงานวิจัย

## เอกสารอ้างอิง

สถิติจำนวนนักศึกษา,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.(2560).จำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ .ค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2561 ,

จาก <http://acdserv.kmutnb.ac.th/number-of-students>

ศิริลักษณ์ สินธวาลัย. 2533. “ทัศนคติและพฤติกรรมของเด็กนักเรียนไทยในตัวเมืองที่มีต่ออาหารว่าง”

โภชนาการ, 21 ( 4 ): ตุลาคม.

Yamane, Taro. (1967). Statistics : An Introductory. New York : Harper & Row.