



แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม



โดย
นางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

GUIDELINES FOR DEVELOPMENT OF HEALTHY CHINESE BANQUET BUSINESS
IN NAKHON PATHOM



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Academic Year 2023

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม
โดย	นางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพรัตน์ บุญเพียรผล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ดร. บุชริน วงศ์วิวัฒนา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพรัตน์ บุญเพียรผล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ดร. ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง)



661220046 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา, สำหรับอาหาร, อาหารเพื่อสุขภาพ, ธุรกิจอาหารโต๊ะจีน, นครปฐม, ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

นางสาว ยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์: แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพรัตน์ บุญเพียรผล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ 2) เพื่อศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน 3) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นักโภชนาการ เชฟ นักวิชาการด้านอาหาร บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ เจ้าของธุรกิจอาหารโต๊ะจีน บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีน และออร์แกนไนซ์ที่ใช้บริการธุรกิจอาหารโต๊ะจีน มีจำนวนทั้งสิ้น 14 คน โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง และตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือเคยมีประสบการณ์ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามที่ตัวอย่างได้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง มีค่าความเชื่อถือได้ 0.93 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและสรุปภาพรวม

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านบุคลากรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) มีสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพจำนวน 33 รายการ ซึ่งประกอบด้วยมีวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางด้านสมุนไพรและวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่นครปฐม นำมาจัดทำเป็นสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีนโดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภทอาหารเรียกน้ำย่อย อาหารจานร้อน อาหารจานหลักและอาหารหวานตามวัฒนธรรมของการรับประทานอาหารโต๊ะจีน โดยแต่ละรายการมีการปรับสำหรับเพื่อให้เป็นรายการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีการเพิ่มปริมาณผักและเนื้อสัตว์ในจานอาหาร ลดการใช้เครื่องปรุง ปรับเปลี่ยนประเภทของน้ำตาลที่ใช้ ไม่ใช้ผงชูรสในการประกอบอาหารและจัดเสิร์ฟเมนูที่ประกอบด้วยผักเป็นลำดับต้น รวมถึงมีการปรับลดการใช้น้ำมัน และ 3) แนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ

สำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีนต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากด้านหน่วยงานรัฐในการการสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค ส่งเสริมธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ สร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และในด้านผู้ประกอบการธุรกิจควรมีการนำเสนอรายการเมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้แก่โดยมีแบบให้ลูกค้าเลือกหลากหลายเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการควรรู้ใส่ใจในเรื่องมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย รูปลักษณ์ และความหมายรวมถึงสีสันทนของอาหาร รวมถึงควรมีการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าโดยเข้ารับการรับรองมาตรฐานและปรับตัวเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย



661220046 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

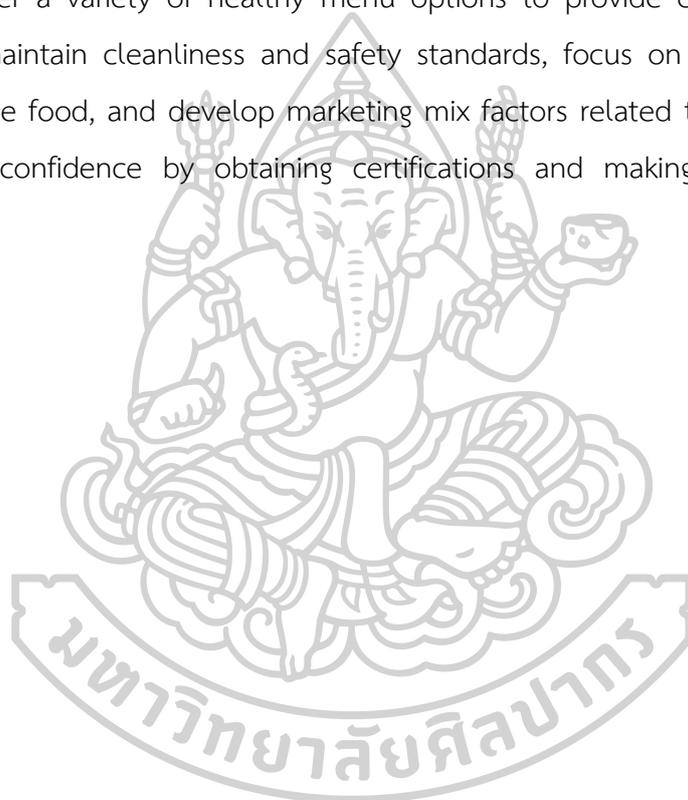
Keyword : Guidelines for development, Banquet, Chinese catering business, Healthy food, Nakhon Pathom, The Marketing Mix

MISS Yuwarin PANJASIRIWIT : Guidelines for development of healthy Chinese Banquet Business in Nakhon Pathom Thesis advisor : Assistant Professor Nopparat Boonpienpon, Ph.D.

The objectives of this study are: 1) to investigate the factors influencing the decision to use healthy Chinese banquet services, 2) create guidelines for the development of healthy menu options specifically for Chinese food catering businesses in Nakhon Pathom Province, and 3) create guidelines for the development of healthy menu options specifically for Chinese food catering businesses in Nakhon Pathom Province. This research employs a mixed-methods approach, integrating both qualitative and quantitative research methodologies. The key informants including nutritionists, chefs, food scholars, individuals who consume healthy food, owners of Chinese banquet businesses, people who consume Chinese banquet food, and organizers who utilize Chinese banquet services, totaling 14 individuals selected through purposive sampling. The sample population for the study consists of consumers who have experience with healthy food consumption or have used Chinese banquet services in Nakhon Pathom Province, with a convenience sample size of 400 individuals. The research tools utilized are semi-structured in-depth interviews and self-administered questionnaires, with a reliability coefficient of 0.93, and content validity verified by experts. The statistical methods used for data analysis include descriptive statistics such as percentages, mean values, and standard deviation, as well as inferential statistics, including multiple regression analysis, content analysis, and overall summarization.

The research findings indicate that: 1) Service marketing mix factors, including price, distribution channels, and personnel, have a statistically significant positive influence on the decision to use healthy Chinese banquet services at the 0.01 level. 2) There are 33 healthy dishes, made from locally sourced ingredients and herbs from Nakhon Pathom, classified into four categories: appetizers, hot dishes,

main courses, and desserts, following the traditional Chinese banquet style. Each dish has been modified to be healthier by increasing the amount of vegetables and meat, reducing seasoning usage, changing the type of sugar used, avoiding monosodium glutamate (MSG), and prioritizing vegetable-based dishes while reducing oil usage. 3) The guidelines for developing healthy Chinese banquet dishes involve collaboration from governmental agencies to raise consumer awareness, promote healthy food businesses, and establish consumer trust standards. Business operators should offer a variety of healthy menu options to provide consumers with more choices, maintain cleanliness and safety standards, focus on the appearance and color of the food, and develop marketing mix factors related to personnel to build customer confidence by obtaining certifications and making the services easily accessible.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม” สำเร็จอย่างสมบูรณ์ไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและการอนุเคราะห์อย่างยิ่ง จากการช่วยเหลือในการทำวิจัยจากทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำรงชีวิตของผู้วิจัย โดยอันดับแรกขอกล่าวขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพรัตน์ บุญเพียรผล ที่ได้ชี้แนะแนวทางการทำงานวิจัยที่ผู้วิจัยประสบพบเจอในการทำวิจัยครั้งนี้ด้วยความเมตตาอย่างสูง ตลอดจนตรวจทาน แก้ไขข้อบกพร่อง และชี้แนะแนวทางการบูรณาการเพิ่มเติมองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้วรรณกรรมของผู้วิจัยมีความสมบูรณ์มากที่สุดด้วยความละเอียดและทุ่มเท ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งถึงความเมตตากรุณา ความเอาใจใส่และความตั้งใจจากที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้มอบให้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้ รวมไปถึงขอขอบพระคุณ ดร. บุชริน วงศ์วิวัฒนา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และ ดร. ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อแก้ไขให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนในทุกๆรายวิชาของหลักสูตรการศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและเวิลด์ และขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่น 4+1 และพี่ ๆ ที่ช่วยให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่าง ๆ และมอบมิตรภาพที่ดีตลอดระยะเวลาการศึกษารวมถึงคุณศรีสกุล พิทักษานัฐันต์ บุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยศิลปากรที่คอยใส่ใจและดำเนินการ ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในการทำเอกสารต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ พี่น้องทุกคนที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาความรู้ทางวิชาการ และพัฒนาทักษะทางด้านความคิด และให้การสนับสนุนในด้านการศึกษาเสมอมา ขอขอบพระคุณนางสาวพัทธ์ธีรา ประสิทธิ์นอกที่ช่วยเหลือ สนับสนุนในการศึกษาค้นคว้าทุก ๆ ด้าน รวมถึงบุคคลที่เคยสนับสนุน เพื่อนรอบตัวและทุก ๆ ท่านที่ให้การช่วยเหลือสนับสนุน ให้ความหวังใจ และให้คำพูดแสนดีตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา และที่สำคัญขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิทุกคนที่สละเวลาอันมีค่าให้ข้อมูลที่สำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในการทำวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จ สุดท้ายนี้ ความรู้และประสิทธิผลที่เกิดจากการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบ ความดีงามเหล่านี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน หากรายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ ด้วย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
3. สมมติฐานของการวิจัย.....	4
4. ขอบเขตของการวิจัย.....	4
5. ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
7. กรอบแนวคิดของงานวิจัยและกระบวนการดำเนินการวิจัย.....	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน.....	9
2.2 อาหารเพื่อสุขภาพ.....	12
2.3 เมนูอาหารและลำดับการเสิร์ฟของการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน.....	15
2.4 ทฤษฎีและแนวคิดด้านปัจจัยประชากรศาสตร์.....	17
2.5 ส่วนประสมทางการตลาด.....	18
2.6 พฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร.....	23

2.7 ทฤษฎีและแนวคิดด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค	25
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	32
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	32
3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย	32
3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	36
3.5 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล	38
3.6 ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	38
การวิจัยเชิงคุณภาพ	39
3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย	39
3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	41
3.5 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล	41
3.6 ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	42
3.7 การพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	43
ตอนที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ.....	43
1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์.....	43
1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค.....	46

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ ธุรกิจการ จัดเลี้ยงโต๊ะจีนและเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดนครปฐม	54
1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ	60
1.5 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	62
ตอนที่ 2 การศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน	63
ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม	71
3.1 แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน	72
3.2 แนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน	73
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการวิจัย	77
1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ	77
2) การศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน	79
3) แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม	80
อภิปรายผลการวิจัย	81
1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ	81
2. สำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน	82
3. แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม	83
องค์ความรู้ใหม่	84
1. การนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีน	84
2. การนำรายการอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจโต๊ะจีนที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้ในการ พัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนโดยการนำมาจัดเป็นสำหรับโต๊ะจีนตัวอย่าง	86
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	87
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	87
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	88

รายการอ้างอิง 89

ภาคผนวก..... 94

 ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย 95

 ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัย 100

 ภาคผนวก ค หนังสือเชิญตรวจสอบเครื่องมือและผลการตรวจคุณภาพคู่มือวิจัย 105

 ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น 118

ประวัติผู้เขียน 124



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงการสังเคราะห์ความหมายของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน	11
ตารางที่ 2 แสดงการสังเคราะห์ความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ	14
ตารางที่ 3 แสดงการสังเคราะห์องค์ประกอบและความหมายของส่วนประสมทางการตลาด.....	22
ตารางที่ 4 แสดงการสังเคราะห์ความหมายและองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค	26
ตารางที่ 5 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ	43
ตารางที่ 6 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ	44
ตารางที่ 7 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	44
ตารางที่ 8 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอาชีพ	45
ตารางที่ 9 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้	46
ตารางที่ 10 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามประสบการณ์ร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน.....	46
ตารางที่ 11 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน.....	47
ตารางที่ 12 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามประสบการณ์การจัดงานเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน	47
ตารางที่ 13 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยจัดงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน.....	48
ตารางที่ 14 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามโอกาสที่ใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนหรือร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่.....	48
ตารางที่ 15 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามการรับประทานอาหารโต๊ะจีนครั้งล่าสุด	49
ตารางที่ 16 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามสถานที่รับประทานอาหารโต๊ะจีนครั้งล่าสุด	50
ตารางที่ 17 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามการเลือกรายการอาหารในการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีนเมื่อเป็นผู้จัดงาน	50

ตารางที่ 18 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามแขกผู้ร่วมงานนเลี้ยงโต๊ะจีน.....	51
ตารางที่ 19 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการในการจัดเลี้ยงโต๊ะ จีนต่อคน ที่เหมาะสม	51
ตารางที่ 20 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านให้บริการจัดเลี้ยงโต๊ะ จีน.....	52
ตารางที่ 21 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามความต้องการเพิ่มเติมในการจัดงานเลี้ยงโต๊ะจีน	53
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product).....	54
ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา (Price).....	55
ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย (Place).....	56
ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการ ส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	57
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร (People)	58
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน กระบวนการให้บริการ (Process).....	58
ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence).....	59
ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อ สุขภาพ.....	60
ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ	62
ตารางที่ 31 ตารางแสดงข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	64

ตารางที่ 32 เมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารไต้หวัน จากวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงของจังหวัด นครปฐมที่สามารถนำมาใช้ประกอบอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพ แบ่งเมนูตามประเภทของรูปแบบการ เสิร์ฟของการทานอาหารไต้หวัน 65



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	20
ภาพที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีน.....	86



บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยนับได้ว่าเป็นประเทศที่มีแหล่งอาหารการกินที่มีความอุดมสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับจากชาวต่างชาติว่าอาหารของไทยมีเอกลักษณ์ในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านรสชาติ ความประณีตงดงาม ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงคุณประโยชน์ของอาหารที่มีต่อสุขภาพ ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ประเทศไทยมีนโยบายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) รวมถึงนโยบาย “อาหารไทย อาหารโลก” เพื่อรณรงค์ให้อาหารไทยมีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นไปตามหลักสากลในการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย ทั้งยังช่วยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญ (กรมประชาสัมพันธ์, 2566) ที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์ ได้มีนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศไปสู่ภาคบริการมากขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” มาอย่างต่อเนื่อง (วิรัชศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล, 2563) รวมถึงนโยบายใหม่อย่าง “ยกระดับ 30 บาท เพิ่มคุณภาพชีวิตประชาชน” ซึ่ง 1 ในกลยุทธ์ขับเคลื่อนเรื่องนี้คือ การยกระดับความปลอดภัยด้านอาหารครบวงจรในเส้นทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะอยู่จังหวัดไหนในประเทศไทยก็สามารถหาอาหารไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานทานได้ (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2567)

ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยเกิดอุบัติการณ์โรคอ้วนโดยพบผู้ป่วยโรคอ้วนเป็นอันดับ 3 ในอาเซียน พบแนวโน้มประชากรที่เป็นโรคอ้วนมากกว่าร้อยละ 30 หรือมีผู้ป่วยด้วยโรคอ้วนกว่า 20 ล้านคนจากประชากรทั้งหมด หากไม่ดำเนินการแก้ไขจะเกิดภาวะเศรษฐกิจที่ไม่สมดุลกับสุขภาพ ซึ่งมีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการบริโภคอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น มีปริมาณน้ำตาลที่สูง ทางภาครัฐจึงมีแนวคิดสนับสนุนอาหารเพื่อสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ., 2565) ผลการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 6 พ.ศ. 2562 – 2563 พบว่า คนไทยอายุ 15 ปี ขึ้นไป มีภาวะอ้วน ร้อยละ 42.2 และอ้วนลงพุง ร้อยละ 39.4 โดยโรคอ้วนส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางกายในกรณีที่มีน้ำหนักมากทำให้ข้อติดปกติ เช่น ขาโก่ง ขากาง การเคลื่อนไหวช้า ระบบการหายใจ คุณภาพการนอนไม่ดีเกิดภาวะนอนกรนจนหยุดหายใจ และจะมีเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable Diseases: NCDs) มากกว่าในปกติถึง 4 เท่าตัว ได้แก่ โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง โรคระบบหัวใจและหลอดเลือดและโรคมะเร็ง โดยภาพรวมทั้งประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นและมีมูลค่าค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูงขึ้น แต่โรคอ้วนหรือภาวะน้ำหนักเกินเป็น

โรคที่ป้องกันได้ โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกิน ไม่รับประทานอาหารที่มีพลังงานสูงแต่คุณค่าสารอาหารต่ำ เลือกรับประทานอาหารที่มีไฟเบอร์สูง รวมถึงการทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพได้ง่ายและราคาไม่แพงเกินไป (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ., 2565) คนไทยส่วนมากที่ใส่ใจในสุขภาพใช้วิธีการเลือกรับประทานอาหาร เพราะการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีไขมันต่ำทำให้เป็นผลดีต่อสุขภาพปราศจากโรคภัยต่างๆ เนื่องจากคนไทยถือว่า การไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ ดังนั้นอาหารที่ถือว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และหนึ่งในเทรนด์อาหารโลกปัจจุบันคือกระแสอาหารพื้นเมือง (Traditional Food) ที่ยังคงได้รับผลตอบรับที่ดีมากกว่า 10 ปี ส่วนอาหารเพื่อสุขภาพก็ยังคงมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตอาหารที่มีชื่อเสียงสามารถปรับปรุงและพัฒนาสินค้าเกษตรและสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นทั้งความท้าทายและโอกาสสำหรับผู้ผลิตเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตตลาดอาหารโลก (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566) นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุขมีการกำหนดให้เศรษฐกิจสุขภาพและนักท่องเที่ยวปลอดภัยเป็นประเด็นการดำเนินงานที่สำคัญ โดยจังหวัดนครปฐม ถือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีผลไม้และอาหารขึ้นชื่อมากมาย สร้างรายได้ให้กับประเทศปีละหลายพันล้านบาท มีการยกระดับมาตรฐานสถานประกอบการด้านอาหารให้สามารถแข่งขันเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งในเป้าหมายคือ ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในจังหวัดพื้นที่นครปฐม (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2567)

จังหวัดนครปฐมเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและมีผู้ประกอบการโต๊ะจีนอยู่เป็นจำนวนมากด้วยเช่นเดียวกัน เป็นแหล่งผลิตอาหารโต๊ะจีนที่มีชื่อเสียงไปทั่วประเทศและประเทศเพื่อนบ้านประกอบด้วยเจ้าตำรับโต๊ะจีนอยู่หลายร้านและผู้ประกอบการรายใหม่ๆ โดยสามารถสร้างรายได้ให้จังหวัดแต่ละปีไม่น้อยกว่า 3,000 ล้านบาทจนมีการรวมตัวของผู้ประกอบการเป็นสมาคม ทำให้ธุรกิจโต๊ะจีนนครปฐมถือได้ว่าเป็นธุรกิจฐานรากของจังหวัด (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2565) ซึ่งจังหวัดนครปฐมเป็นเมืองเกษตรกรรมและมีอุตสาหกรรมทางด้านพืชพรรณ ธัญญาหาร วัตถุดิบในการประกอบอาหารโต๊ะจีนจึงสามารถหาได้ง่าย ในปีพ.ศ. 2547 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้อาหารที่ผลิตและบริโภคภายในประเทศมีความปลอดภัยได้มาตรฐานทัดเทียมสากล พร้อมทั้งจะก้าวสู่การเป็นครัวโลก เพื่อความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและศักยภาพความพร้อมในการเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของจังหวัดนครปฐมจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครปฐม พร้อมทั้ง

สนับสนุนให้จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัยและสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกโดยเฉพาะธุรกิจอาหารโตะจีนเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด (ประพฤติกอรรษณ 2561)

โตะจีนนั้นจัดได้ว่ามีเอกลักษณ์และความโดดเด่นเฉพาะตัวอย่างมากในเรื่องของอาหารวิธีการปรุงรวมถึงเรื่องของสรรพคุณในทางยาในการประกอบอาหารและการสื่อความหมายที่แฝงเอาไว้ในอาหาร วิธีการจัดโตะ รวมไปถึงการให้บริการที่แตกต่างออกไปจากการบริการอาหารในรูปแบบอื่น ในการจัดอาหารแต่ละครั้งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการจัดเพื่อให้เหมาะสมกับโอกาส เช่น ปลาซึ่งแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น อาหารมีความสดและใหม่ เพราะทำเสร็จแล้วก็นำมาเสิร์ฟเลยทันที ไม่เหมือนกับการจัดอาหารในรูปแบบอื่นที่ไม่ได้มีการจัดเตรียมอาหารไว้ก่อนล่วงหน้า เมื่อมีการปรุงอาหารเสร็จก็จะนำไปใส่ภาชนะขนาดใหญ่แล้วนำออกมาเสิร์ฟบนโตะกลม โดยผู้รับประทานจะนั่งล้อมวงกันรับประทานเพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์และความคุ้นเคยกันได้ง่ายมากขึ้น (กระทรวงวัฒนธรรม, 2567) รายการอาหารจะถูกตกลงกันไว้ก่อนล่วงหน้าระหว่างเจ้าภาพผู้จัดงานกับผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจโตะจีน อาหารที่นิยมนำมาจัดเลี้ยงมีประมาณ 10 อย่างรวมทั้งของหวาน ในอดีตรายการอาหารที่เป็นที่นิยมและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ ขาหมูทอด เป็ดพะโล้ หูฉลามน้ำแดงหรือหมีขี้ผึ้งซึ่งประกอบไปด้วยแป้งและความมันมาก เมื่อเวลาผ่านไปก้าวเข้าสู่ยุคปัจจุบันผู้คนตระหนักถึงปัญหาสุขภาพและใส่ใจในด้านการรับประทานอาหารมากขึ้นทำให้ธุรกิจโตะจีนต้องมีการพัฒนาเพื่อให้อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ครอบคลุมมากขึ้น

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจศึกษาสำหรับอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพในจังหวัดนครปฐม เพื่อทราบถึงสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพและเพื่อให้ได้แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโตะจีน จังหวัดนครปฐม ทำให้เกิดสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโตะจีน สอดคล้องกับกระแสอาหารในปัจจุบัน อีกทั้งยังเพื่ออนุรักษ์ ส่งเสริมและคงรักษาวิถีวัฒนธรรม อัตลักษณ์การรับประทานอาหารโตะจีนไว้สืบไป และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น การส่งเสริมด้านอาชีพ การต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง โดยผู้ประกอบการธุรกิจโตะจีนในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดอื่นๆ สามารถนำแนวทางไปพัฒนาธุรกิจของตนเองรวมถึงเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโตะจีนนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการขยายตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ นำข้อมูลไปปรับปรุงคุณภาพและวางแผนกลยุทธ์ในการทำธุรกิจได้อย่างเหมาะสมต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาสัรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน
3. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

3. สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน
2. ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ภายนอก และกระบวนการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีน

4. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และทบทวนวรรณกรรมโดยงานวิจัยนี้ศึกษาข้อมูลจากข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและเมนูอาหาร และลำดับการเสิร์ฟของการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทฤษฎีและแนวคิดด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน รวมถึงทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและทฤษฎีและแนวคิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยศึกษาการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ที่จัดขึ้นในโรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร สมาคมจีน หอประชุม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่เคยมีประสบการณ์การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือเคยมีประสบการณ์ใช้บริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

2. นักวิชาการด้านอาหาร นักโภชนาการ เชฟ บุคคลที่ทานอาหารสุขภาพ เจ้าของร้านอาหารโต๊ะจีน บุคคลที่กินอาหารโต๊ะจีน และออแกไนซ์เซอร์ อย่างละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัย และวิเคราะห์ผล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลา 1 ปี

5. ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารโต๊ะจีน สามารถนำปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ที่ได้จากการศึกษานี้ ไปใช้ในการพัฒนาและใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจของตนเองได้
2. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารโต๊ะจีน สามารถนำตำรับอาหารที่ได้จากการศึกษานี้ ไปใช้ในการพัฒนา ปรับใช้เพื่อเพิ่มเมนูอาหารและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้นให้แก่ธุรกิจของตนเองได้
3. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารโต๊ะจีน สามารถนำแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐมที่ได้จากการศึกษานี้ ไปใช้ในการพัฒนา และใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจของตนเองได้
4. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐมที่ได้จากการศึกษานี้ ไปใช้ในการพัฒนา ไปใช้ในการพัฒนาและใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจของตนเองได้ รวมถึงนำแนวทางการพัฒนาที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดการรักสุขภาพให้ชุมชนและสังคมต่อไป

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน หมายถึง ธุรกิจบริการอาหารรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับวัฒนธรรมการทานอาหารจากชาวจีน มีรูปแบบการจัดเลี้ยงที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งในด้านอาหารและรูปแบบในการจัดโต๊ะ อาหารในแต่ละครั้งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความหมายและสัญลักษณ์ต่าง โดยลักษณะของการจัดเตรียมโต๊ะเป็นโต๊ะที่มีลักษณะกลม มีเก้าอี้ล้อม พร้อมกับอุปกรณ์ทั้งหมด และรายการอาหารจะมีการตกลงกันล่วงหน้าระหว่างเจ้าภาพผู้จัดงานกับผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจโต๊ะจีน ซึ่งจะมีอาหารตั้งแต่ 8-12 อย่างขึ้นไป เมื่อทำเสร็จแล้วจะทำการนำมาเสิร์ฟเลยทันที ตรงจุดนี้จะแตกต่างจากการจัดเลี้ยงอาหารในรูปแบบอื่นที่มีการจัดเตรียมอาหารไว้ก่อนล่วงหน้า

อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ผู้บริโภคบริโภคโดยปลอดสารพิษ ไม่มีสิ่งปนเปื้อน สารพิษต่างๆ ไม่ใช่สารปรุงแต่งกลิ่นรสที่ผิดธรรมชาติหรือส่วนผสมที่สร้างปัญหาต่อสุขภาพต่ำ รวมถึงผ่านการแปรรูปน้อย ประกอบด้วยสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายเพียงพอและเหมาะสม สำหรับการบริโภคต่อหน่วย ให้สารอาหารครบตามหลักโภชนาการและถูกหลักโภชนาการครบ 5 หมู่ เน้นความสะอาด สดใหม่ เมื่อรับประทานเข้าสู่ร่างกายช่วยสร้างความสมดุลและก่อประโยชน์ให้แก่ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างให้สุขภาพดีขึ้น มีส่วนที่ช่วยลดอัตราการเกิดโรคร้าย

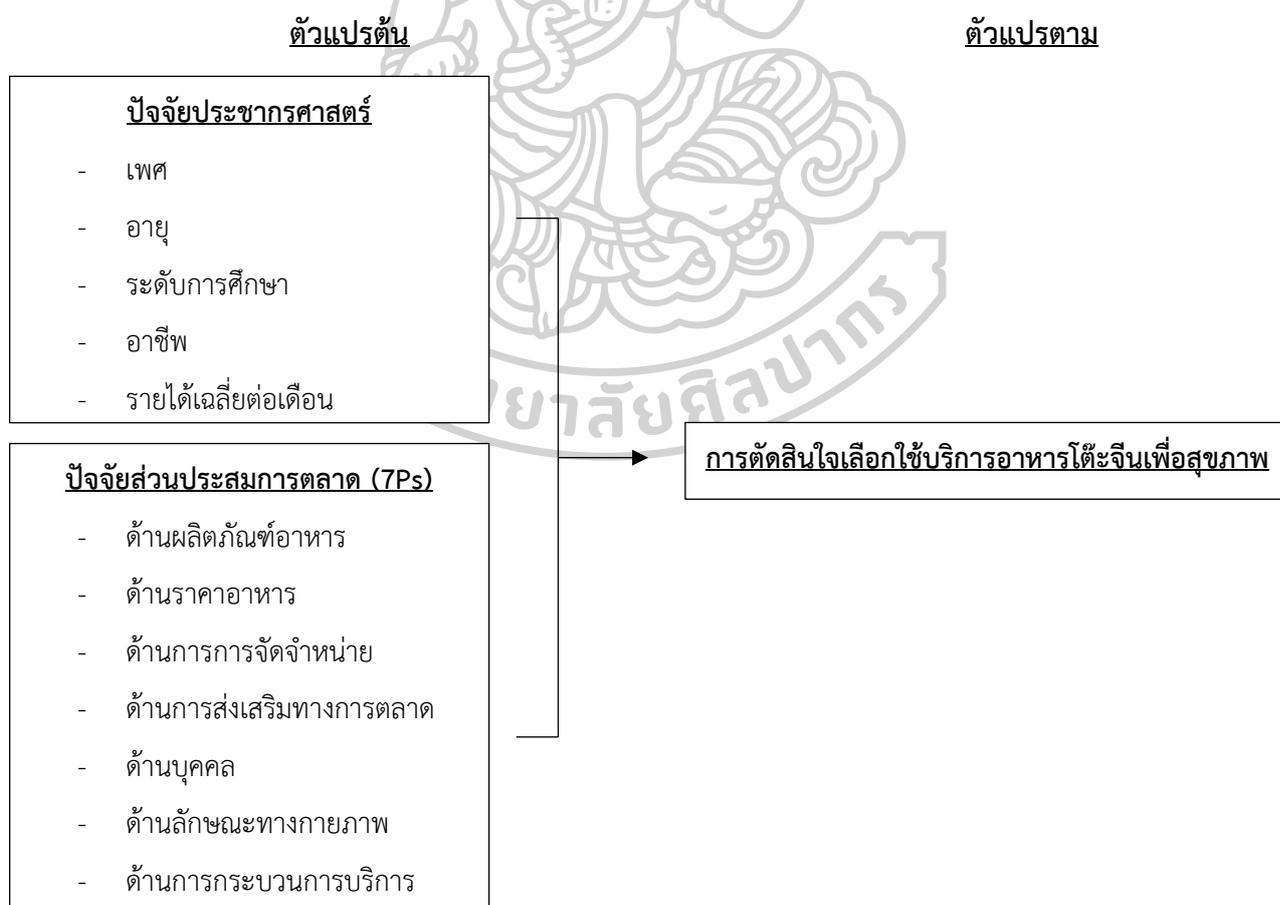
ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง สิ่งที่เสนอให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ หรือสิ่งที่กระตุ้นการซื้อการบริโภคและโน้มน้าวจิตใจของผู้บริโภคในเรื่องของสินค้าราคาช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรร การตัดสินใจและการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วยจุดประสงค์ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โอกาสในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ระยะเวลาในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีอาหารในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ค่าใช้จ่ายต่อมื้อในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สถานที่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆทางเลือกที่ผู้ตัดสินใจมีอยู่ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

7. กรอบแนวคิดของงานวิจัยและกระบวนการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนารูจกอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ จังหวัดนครปฐม เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Approach : Qualitative and Quantitative Research Design) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีประชากร ของ Belch & Belch (2005) แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของ Kotler & Armstrong (2014) และแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคจากการศึกษาของ Philip Kotler โดยตามการศึกษาของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังมีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ บทความวิชาการ วารสารวิชาการ ผลงานการวิจัย รวมถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับโตะจีนและอาหารเพื่อสุขภาพในรวมถึง ศึกษาแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยสามารถแจกแจงแนวทางการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ออกเป็น 8 ส่วน ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีน
 - 2.2 ข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพ
 - 2.3 เมนูอาหารและลำดับการเสิร์ฟของการจัดเลี้ยงโตะจีน
 - 2.4 ทฤษฎีและแนวคิดด้านปัจจัยประชากรศาสตร์
 - 2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน
 - 2.6 ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
 - 2.7 ทฤษฎีและแนวคิดด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค
 - 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ผลการศึกษาข้อมูลในแต่ละด้านสามารถแจกแจงได้ ดังนี้

2.1 ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

จุไรพร สุธรรมโกศล (2558) ได้กล่าวถึงประวัติโต๊ะจีนและโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมไว้ว่า โต๊ะจีนถือเป็นแหล่งอาหารที่มาจากการทำอาหารของคนจีนที่ได้อพยพเข้ามาแสวงหา แหล่งทำมาหากินแหล่งใหม่ในสมัยจีนโพ้นทะเล โดยได้รับการถ่ายทอดกระบวนการทำอาหารมาจาก บรรพบุรุษ ซึ่งในช่วงแรกนั้นคนจีนจะมีการทำอาหารจีนขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีคนว่าจ้าง เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ งานบวช งานรื่นเริง เท่านั้น แต่ต่อมาอาหารจีนมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น จนทำให้อาหารจีนเป็นที่นิยมและก่อให้เกิดธุรกิจโต๊ะจีนขึ้นมาเรื่อย ๆ ซึ่งจะกล่าวได้ว่าในระยะเริ่มต้น ธุรกิจโต๊ะจีนนั้นประกอบขึ้นในครอบครัวซึ่งมีรูปแบบและกรรมวิธีในการจัดที่ค่อนข้างเรียบง่ายไม่ซับซ้อน ยุ่งยาก ไม่มีการว่าจ้างแรงงานหรือพ่อครัวเข้ามาช่วยทำหน้าที่ต่าง ๆ เหล่านี้เจ้าของธุรกิจโต๊ะจีนจะเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ต่อมาเมื่อความนิยมในการจัดเลี้ยงเปลี่ยนไป มีการพัฒนาเป็นการใช้โต๊ะและเก้าอี้ตลอดจนใช้ผ้าปูโต๊ะ เพื่อให้เกิดความสวยงามในทางธุรกิจชาวจีนในจังหวัดนครปฐมได้นำรูปแบบการบริการอาหารโต๊ะจีน จากย่านเยาวราช มาเปิดดำเนินการในตลาดนครปฐม 4 ราย (แต่ที่เหลือในปัจจุบันคือ แต่เติกเซียง และศรีประสงค์) ธุรกิจอาหารโต๊ะจีนได้รับความนิยมอย่างมาก จึงได้ขยายการให้บริการนอกสถานที่ เพิ่มขึ้น เนื่องจากกิจการโต๊ะจีนสร้างรายได้และกำไรให้แก่ผู้ประกอบการอย่างดี ดังนั้น พ่อครัวของผู้ประกอบการรายเดิมจึงแยกตัวออกมาดำเนินการเอง ในปี พ.ศ. 2531 ผู้ประกอบการโต๊ะจีน นครปฐมได้ร่วมกันจัดตั้ง “ชมรมผู้ประกอบการโต๊ะจีนในเขตเทศบาลเมืองนครปฐม” โดยมีนายสุนทร ไ้วรณารมย์ เจ้าของร้านอาหารโพธิ์ทองในขณะนั้นเป็นประธาน มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่ผู้ประกอบการได้รับจากการให้บริการอาหารโต๊ะจีนโดยเฉพาะเรื่องการขนย้ายโต๊ะและอุปกรณ์ ตลอดจนพนักงานเสิร์ฟไปตามงานเลี้ยงต่าง ๆ ในปี 2547 รัฐบาลได้กำหนดนโยบายเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้อาหารที่ผลิตและบริโภคภายในประเทศมีความปลอดภัย ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล พร้อมทั้งจะก้าวสู่การเป็นครัวโลก กระทรวงสาธารณสุขจึงได้มอบหมายให้สำนักงานสาธารณสุขทุกจังหวัดณรงค์เรื่องการบริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ประกอบกับนายประสาธ พงษ์ศิวกาย ผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม เห็นว่าธุรกิจบริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัด นครปฐมได้สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักกับบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ลาว) จึงได้มอบให้ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม จัดโครงการ “เพิ่มศักยภาพการผลิตอาหารโต๊ะจีนนครปฐม สะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการว่าอาหารโต๊ะจีนนครปฐม มีความสะอาดปลอดภัยและได้มาตรฐาน โดยเชิญชวนผู้ให้บริการอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมเข้า รับการฝึกอบรมความรู้เรื่องการโภชนาการ ระบบการผลิต

ขั้นตอนการผลิตและการพัฒนาพนักงาน เสรีฟทั้งนี้เน้นเรื่องความสะอาด ความปลอดภัยและได้มาตรฐานเป็นหลัก

ในปัจจุบันจังหวัดนครปฐมมีผู้ประกอบการอาหารโต๊ะจีนที่มีมาตรฐานรองรับและเป็นสมาชิกชมรมธุรกิจโต๊ะจีน 44 ราย จากผู้ประกอบการทั้งจังหวัดประมาณ 200 ราย ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ และสามารถขยายไปต่างประเทศได้ 5 ราย ส่วนที่เหลือเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก นครปฐมได้รับการขนานนามว่าเป็นเจ้าตำรับโต๊ะจีนและเป็นฮับธุรกิจโต๊ะจีนของประเทศไทยที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจโต๊ะจีนมีแนวโน้มในการเติบโตดีขึ้นเนื่องมาจากรูปแบบการจัดงานพิธีกรรมสำคัญต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ ไม่เอื้ออำนวยให้ชาวบ้านมีเวลามาช่วยกันทำอาหารเลี้ยงแขกกันเองได้เหมือนสมัยก่อนเนื่องจากผลของการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรมาเป็นสังคมเมือง การจ้างธุรกิจโต๊ะจีนจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกกว่ามากเพราะเจ้าภาพไม่ต้องเตรียมอุปกรณ์ใด ๆ จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงขึ้นส่งผลทำให้ธุรกิจโต๊ะจีนมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการที่ให้บริการผู้บริโภคนไปทั่วประเทศและผู้ประกอบการบางรายยังมีศักยภาพในการให้บริการจัดโต๊ะจีนให้กับลูกค้าที่อยู่ในประเทศเพื่อนบ้านได้อีกด้วย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ราชอาณาจักรกัมพูชา และสหพันธรัฐมาเลเซีย สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนและธุรกิจทางอ้อมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดนครปฐมปีละกว่าพันล้านบาท (ประพฤติ อรรถชน, 2561)

สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ (2554) กล่าวว่า การประกอบการโต๊ะจีนของจังหวัดนครปฐมเริ่มเมื่อประมาณ 40 ปีที่ผ่านมา จนปัจจุบันได้กลายเป็นผู้ให้บริการอาหารโต๊ะจีนทั่วประเทศและไปถึง อีก 3 ประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า ลาว และกัมพูชา แหล่งรวมศูนย์ของการประกอบการโต๊ะจีนอยู่ที่อำเภอเมืองนครปฐม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บ้านนาสร้างในตำบลนครปฐม มีสถานประกอบการโต๊ะจีนตั้งอยู่ต่อเนื่องกันไปทั้ง 2 ฝั่งถนน จนเรียกได้ว่า "ถนนสายโต๊ะจีนของ จังหวัดนครปฐม" ผู้ประกอบการโต๊ะจีนในปัจจุบันเกินกว่าร้อยละ 90 ยังเป็นคนในจังหวัดนครปฐม ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปีเป็นส่วนใหญ่ มีการศึกษาสูงสุดไปถึงระดับปริญญาโทแต่ส่วนใหญ่ก็มีการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษา ระยะเวลาในการประกอบการโต๊ะจีนมีตั้งแต่ไม่ถึง 1 ปีถึง 40 ปี แต่มากที่สุดจะประกอบการนาน 20-40 ปี และประมาณร้อยละ 30 จะเป็น ผู้ประกอบการรุ่นที่ 2 คือเป็นลูก พี่ น้อง หรือญาติใกล้ชิดกับผู้ประกอบการรุ่นเก่าที่ได้เสียชีวิตลง เดือนทองของโต๊ะจีนได้แก่ช่วงงานบวช งานแต่งงาน สิ้นปี ต้นปี จำนวนมากที่สุดที่สามารถให้บริการได้คือ 3,000 โต๊ะ ต่อวัน อย่างไรก็ตาม

ประมาณร้อยละ 51 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมดสามารถให้บริการได้ไม่เกิน 500 โต๊ะต่อวัน ราคาต่อโต๊ะมีตั้งแต่ 700 - 15,000 บาท/โต๊ะ แต่ส่วนใหญ่ลูกค้าก็ใช้บริการในราคา 1,000 - 1,500 บาท/โต๊ะเท่านั้น แรงงานที่ใช้ในการประกอบการโต๊ะจีนมี 4กลุ่มได้แก่ กู๊กหรือผู้ปรุงอาหาร ผู้ช่วยผู้ปรุงอาหาร พนักงานล้าง และพนักงานเสิร์ฟ ผู้ประกอบการจะไม่จ้างแรงงานเหล่านี้เป็นประจำ แต่จะจ้างเป็นรายวันหรือรายงานเลี้ยง

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยได้แสดงการสังเคราะห์ความหมายของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการสังเคราะห์ความหมายของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ผู้แต่ง	ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน							
	วัฒนธรรม ชาวจีน	โต๊ะ ทรง กลม	ประกอบด้วย 8-12 รายการ อาหาร	ธุรกิจ บริการ อาหาร	จัดเตรียม อุปกรณ์ ทั้งหมด	ส่วนใหญ่ โต๊ะจีนอยู่ที่ อำเภอเมือง นครปฐม	คำนึงถึง ความหมาย และ สัญลักษณ์ ต่าง	อาหารทำ เสร็จแล้วก็ นำมาเสิร์ฟ ทันที
นาริรัตน์ วัฒนเวฬุ (2018)	√	√	√	√				
วรรณชชา พลอยพยัคฆ์ (2564)			√	√	√			
สุนารี เทพสุวรรณและ คณะ (2554)				√	√	√		√
จุไรพร สุธรรมโกศล (2558)	√	√	√	√	√		√	√
สุดารัตน์ อนุเวช และกิ ติมา สุรสุนธิ (2565)	√	√	√	√	√		√	√
เกศศิริ ทองศิริ (2554)	√	√	√		√			√
รวมความถี่	4	4	5	6	5	1	2	4

ที่มา: สรุปร่วมโดยผู้วิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

จากตารางที่ 1 การสังเคราะห์ความหมายของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ธุรกิจบริการอาหารรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับวัฒนธรรมการทานอาหารจากชาวจีน มีรูปแบบการจัดเลี้ยงที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งในด้านอาหารและรูปแบบในการจัดโต๊ะอาหารในแต่ละ

ละครั้งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงความหมายและสัญลักษณ์ต่าง โดยลักษณะของการจัดเตรียมโต๊ะ เป็นโต๊ะที่มีลักษณะกลม มีเก้าอี้ล้อม พร้อมกับอุปกรณ์ทั้งหมด ธุรกิจการจัดเลี้ยงจะเริ่มตั้งแต่การจัด โต๊ะ เตรียมอุปกรณ์ การจัดเตรียมอาหาร การเสิร์ฟอาหาร การเก็บภาชนะและอุปกรณ์ต่าง ๆ ไปจนถึงขั้นตอนการเก็บกวาดทำความสะอาดสถานที่จัดงาน สร้างความสะดวกความสะอาดสบายและลดความยุ่งยากในการจัดเตรียม รายการอาหารจะมีการตกลงกันล่วงหน้าระหว่างเจ้าภาพผู้จัดงานกับ ผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจโต๊ะจีน ซึ่งจะมีอาหารตั้งแต่ 8-12 อย่างขึ้นไป เมื่อทำเสร็จแล้วจะทำการ นำมาเสิร์ฟเลยทันที ตรงจุดนี้จะแตกต่างจากการจัดเลี้ยงอาหารในรูปแบบอื่นที่มีการจัดเตรียมอาหาร ไว้ก่อนล่วงหน้า

การประกอบการโต๊ะจีนของจังหวัดนครปฐมเริ่มเมื่อ ประมาณ 40 ปีที่ผ่านมา มีราคาต่อโต๊ะ มีตั้งแต่ 700 - 15,000 บาท/โต๊ะ

2.2 อาหารเพื่อสุขภาพ

กมล เลิศรัตน์ และคณะ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า อาหารเพื่อสุขภาพ มีความหมายกว้าง และมีหลายชนิดเมื่อพูดถึงอาหารเพื่อสุขภาพ หากให้ความหมายในภาพกว้าง อาหารเพื่อสุขภาพ คือ อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพในปริมาณเหมาะสม ที่ปรุงอย่างถูกต้อง จากวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติมีส่วนผสมที่สร้างปัญหาต่อสุขภาพต่ำ และมีส่วนผสมของสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพหรือสารสกัดที่ได้จากสารดังกล่าวเพิ่มเติม เมื่อรับประทานเข้าไปแล้วมีผลดีต่อสุขภาพ ทำให้ร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรค และมีส่วนช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่างๆ (NCDs) และได้จัดแบ่งอาหารเพื่อสุขภาพออกเป็น 4 ชนิด เพื่อให้เป็นสากล สอดคล้องกับของต่างประเทศตามลำดับความง่ายในการผลิต ภาวะเปียบที่ควบคุม กระบวนการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริโภค ได้แก่ อาหารท้องถิ่น(Traditional foods) อาหารฟังก์ชัน/เฉพาะ พันธกิจ (Functional foods) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Dietary supplements) และ อาหารทางการแพทย์ (Medical foods) และลักษณะของอาหารออกเป็น 5 หมู่ และสามารถจำแนกอาหาร ออกเป็น 6 ชนิด ดังนี้ (Ministry of Public Health, 2019)

อาหารหมู่ที่หนึ่ง เนื้อสัตว์ต่างๆ ไข่ ถั่วเมล็ดแห้ง นมอาหารหมู่นี้เป็นแหล่งอาหารที่ดีของ สารอาหารประเภทโปรตีน มีหน้าที่ในการเสริมสร้างการเจริญเติบโต และซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของ ร่างกาย ช่วยสร้างน้ำย่อย ฮอโมน น้ำมัน และเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคช่วยรักษาสมดุลของกรด และ

ต่างในร่างกาย ช่วยรักษาสมดุลของน้ำในหลอดเลือดเนื้อเยื่อ และเซลล์ต่างๆของร่างกายและร่างกายควรได้รับสารอาหารจากอาหารจากอาหารหมู่ที่หนึ่ง 6-12 ซ่อนโต๊ะต่อวัน

อาหารหมู่ที่สอง ข้าว แป้ง เผือก มัน น้ำตาล อาหารหมู่นี้เป็นแหล่งสำคัญของสารอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรต มีหน้าที่ให้พลังงานและความร้อน เพื่อเสริมสร้างความอบอุ่นแก่ร่างกายและร่างกายควรได้รับสารอาหารจากอาหารจากอาหารหมู่ที่สอง 8-12 ทักพีต่อวัน

อาหารหมู่ที่สาม ผักต่างๆอาหารหมู่นี้เป็นแหล่งประเภทวิตามิน และเกลือแร่ เป็นสารอาหารที่ช่วยในการเผาผลาญหรือช่วยให้ปฏิกิริยาต่างๆภายในร่างกายทำงานได้อย่างปกติ ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างของร่างกาย เป็นองค์ประกอบของเซลล์เนื้อเยื่อ และเส้นประสาทเป็นองค์ประกอบของเอนไซม์ ฮอร์โมน และวิตามินนอกจากนี้ยังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำงานของอวัยวะต่างๆอีกด้วย และยังมีใยอาหารซึ่งมีประโยชน์มากช่วยในการทำงานของระบบขับถ่าย ทำให้ทำงานปกติ และยังช่วยดูดซับสารที่อาจเป็นพิษต่อร่างกาย และร่างกายควรได้รับสารอาหารจากอาหารจากอาหารหมู่ที่สาม 4-6 ทักพีต่อวัน

อาหารหมู่ที่สี่ผลไม้ต่างๆ อาหารหมู่นี้มีคุณค่าทางสารอาหารคล้ายกับหมู่ที่สาม คือให้สารอาหารประเภทวิตามิน และแร่ธาตุต่างๆตลอดจนใยอาหาร ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของกล้ามเนื้อในทุกอวัยวะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง และช่วยในการทำงานของระบบขับถ่ายให้เป็นปกติร่างกายควรได้รับสารอาหารจากอาหารจากอาหารหมู่ที่สี่ 3-6 ผลต่อวัน

อาหารหมู่ที่ห้าไขมัน และน้ำมัน อาหารหมู่นี้เป็นแหล่งของสารอาหารประเภทไขมัน มีหน้าที่ให้พลังงาน และความอบอุ่นแก่ร่างกาย แล้วยังมีส่วนช่วยในการทำงานของระบบต่างๆในร่างกาย ให้เป็นปกติ นอกจากนี้ยังช่วยให้ร่างกายดูดซึมวิตามินหลายชนิดที่จำเป็นต่อการทำงานของร่างกายและควรได้รับสารอาหารจากหมู่ที่ 5 เพียงเล็กน้อยเท่าที่จำเป็นต่อวัน

น้ำ (Water)จัดเป็นสารอาหารที่ไม่ให้พลังงานแต่ร่างกายมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้ระบบต่างๆในร่างกายทำงานเป็นปกติ

หลักการกินเพื่อสุขภาพดีนอกจากจะรับประทานให้ครบ 5 หมู่แล้ว ควรพิจารณาอาหารที่มาจากรวมชาติ โดยแบ่งกลุ่มอาหารที่มาจากธรรมชาติที่มีอยู่ในปัจจุบันซึ่งพิจารณาถึงกระบวนการแปรรูปได้ 3 กลุ่มคือ (1) อาหารที่มาจากธรรมชาติโดยตรง เช่น หัวกระเทียมสด หัวหอมสด น้ำผึ้งที่บีบคั้นจากรวงผึ้งพริกชี้หนูสด สมุนไพร เป็นต้น ซึ่งอาหารเหล่านี้จะใช้เป็นส่วนผสมของอาหารประจำวันทำให้

คุณค่าทางโภชนาการสูง แต่เราจะพบอาหารที่มาจากธรรมชาติโดยตรงได้น้อยในปัจจุบัน (2) อาหารปลอดภัยในการผลิต ซึ่งเป็นพืชผลการเกษตรที่ไม่มีการใช้สารเคมีเป็นปุ๋ยหรือป้องกันการกำจัดศัตรูพืชในการเพาะปลูก เช่นผักพื้นบ้าน ผักปลอดสารพิษที่ปลูกโดยใช้มูลฯ ผักที่ปลูกโดยใช้ปุ๋ยชีวภาพ รวมทั้งการปลูกผักสวนครัว เพื่อบริโภคในครัวเรือน(3) อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อย เพื่อคงความเป็นธรรมชาติไว้ให้มากที่สุด เช่น ผัก ผลไม้ รวมถึงข้าวซ้อมมือ อาหารกลุ่มนี้ได้รับความสนใจจากผู้ผลิตจึงมีการผลิตอาหารกลุ่มนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยกลวิธีต่างๆ ทางการตลาด

ซึ่งสอดคล้องกับความหมายที่ผู้วิจัยได้แสดงการสังเคราะห์ความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 2 แสดงการสังเคราะห์ความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ

ผู้แต่ง	อาหารเพื่อสุขภาพ						
	อาหารไม่มีสารปนเปื้อน	สารอาหารครบตามหลักโภชนาการ	ช่วยสร้างสมดุล	ก่อประโยชน์ให้แก่ร่างกาย	คำนึงถึงปัจจัยหลัก 5 ประการ	ผ่านการแปรรูปน้อย	ลดการเกิดโรค
ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558)	✓	✓	✓	✓			
กนกวรรณ คงธนาคมฉัญกิจ (2563)	✓	✓		✓	✓		✓
เตชินท์ ภิรัชตานนท์ (2565)	✓	✓	✓	✓		✓	✓
ณัฐวดี เลิศวัฒนเกษม (2560)	✓	✓	✓	✓			✓
กมล เลิศรัตน์ และคณะ (2561)	✓	✓		✓		✓	✓
บุษราคาม นรบดี (2562)				✓			✓
รวมความถี่	5	5	3	6	1	2	5

ที่มา: สรุปโดยผู้วิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

จากตารางที่ 2 การสังเคราะห์ความหมายของอาหารเพื่อสุขภาพ และการทบทวนวรรณกรรมพบว่า อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารใดๆก็ตามที่ผู้บริโภคบริโภคโดยปลอดสารพิษ ไม่มีสิ่งปนเปื้อนสารพิษต่างๆ ไม่ใช้สารปรุงแต่งกลิ่นรสที่ผิดธรรมชาติหรือส่วนผสมที่สร้างปัญหาต่อสุขภาพต่ำ รวมถึงผ่านการแปรรูปน้อย ประกอบด้วยสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายเพียงพอ และเหมาะสมสำหรับการบริโภคต่อหน่วย ให้สารอาหารครบตามหลักโภชนาการและถูกหลักโภชนาการครบ 5 หมู่ เน้นความสะอาด สดใหม่ เมื่อรับประทานเข้าสู่ร่างกายช่วยสร้างความสมดุล

และก่อประโยชน์ให้แก่ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างให้สุขภาพดีขึ้น มีส่วนที่ช่วยลดอัตราการเกิดโรคภัย เช่น โรคอ้วน โรคหัวใจ ความดันโลหิต และเบาหวาน เป็นต้น

2.3 เมนูอาหารและลำดับการเสิร์ฟของการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

อาหารบนโต๊ะจีนนั้น จะมีการแบ่งลำดับการเสิร์ฟ ตามประเภทอาหารโดยแบ่งเป็น 3 ช่วง หลังๆ อาหารเรียกน้ำย่อย อาหารจานหลัก (แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคาวและของหวาน) ซึ่งอาหารจานหลัก อาจมีการแบ่งเป็นอาหารจานร้อนหรือปรุงจากเนื้อประเภทสัตว์ปีก สัตว์ปีก , อาหารจานหลัก ซึ่งมีได้หลายอย่างรวมถึงอาหารทะเลและประเภทเนื้อที่ปรุงจากสัตว์ปีก สัตว์ปีก และอาหารอิมท้อง ก่อนจะเป็นเมนูอาหารหวาน ซึ่งโดยทั่วไปก็จะมีประมาณ 9 รายการอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ

ทีมงานโต๊ะจีน วิชัยโภชนา นครปฐม (2023) กล่าวว่า การนำอาหารเสิร์ฟขึ้นโต๊ะ จะมีการทยอยส่งอาหารเข้าเสิร์ฟเป็นรายการๆ ไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่เมนูแรกจนถึงเมนูสุดท้าย ซึ่งโดยทั่วไปก็จะมีประมาณ 9 รายการอาหาร และแบ่งออกเป็น 3 ช่วงหลัก รายการอาหาร ขึ้นอยู่กับ เจ้าภาพผู้ตัดสินใจเลือกเมนูอาหารกับผู้ให้บริการ รับผิดชอบโต๊ะจีนโดยลำดับของอาหาร ที่ว่าแบ่งเป็น 3 ช่วงก็คือ อาหารเรียกน้ำย่อย อาหารจานหลัก (แบ่งออกเป็น 2 ช่วงย่อยและ ของหวาน) ช่วงแรกเป็นการเสิร์ฟอาหารเรียกน้ำย่อย เป็นการเสิร์ฟอาหารกินเล่นมาขึ้นโต๊ะให้รับประทานก่อนเพลินๆ ซึ่งก็ อาจจะเป็นข้าวเกรียบทอด ตามด้วยติ่มซำ ตามธรรมเนียมจีนนั้น อาหารชุดแรกนี้เพื่อปลุกกระเพาะอาหารให้รู้ว่าจะมีอาหารตามมา เรื่องนี้เป็นภูมิปัญญา ที่ทำให้ระบบย่อยทำงานได้เต็มที่อีกด้วย เนื่องจากอาหารจีนมีแนวคิดเรื่องอาหารเป็นยา การที่กระเพาะจะสามารถรับสรรพคุณได้เต็มที่ก็ต้องได้รับการปลุกให้ทำงานได้เต็มที่ก่อน จากนั้นจะตามด้วยอาหารจานหลัก ซึ่งก็จะมีประกอบด้วย ปลา กุ้ง หมู เป็นอาหารจานหลักชุดแรก ตามด้วย อาหารจานหลักชุดที่สองที่เป็นอาหารประเภทแป้ง อาจจะเป็นข้าวผัด หรือ หมี่ผัดก็ได้ และสุดท้ายก็จะมีเสิร์ฟอาหารหวาน หรือผลไม้ดับท้ายมื้ออาหาร

เกิตศิริ ทองศิริ (2554) กล่าวว่า อาหารจีนมักจะแบ่งเป็น 3 ชุด ชุดแรกนิยมเป็นอาหารเล่น ชุดกลางเป็นข้าวและกับข้าวรูปแบบหลากหลาย ชุดสุดท้ายคือขนมหวานแบบจีน ในแต่ละชุดอาจจะมีหลายรายการ โดยเฉพาะชุดกลาง แยกผู้มางานจะนั่งประจำโต๊ะ โดยมีพนักงานบริการอาหารยกอาหารออกเสิร์ฟ พนักงานบริการอาหารจะมีหน้าที่ทั้งเครื่องตั้งที่เสิร์ฟอาหารเท่านั้น ส่วนการบริการเครื่องตั้ง จะมีวางอยู่บนโต๊ะอยู่แล้ว พร้อมทั้งอุปกรณ์การรับประทานอาหาร และการบริการนั้นจะเป็นรูปแบบตายตัว เมื่อเริ่มเสิร์ฟอาหาร โดยมากจานแรกจะเป็นอาหารเล่น จานที่สอง จะเป็นประเภทน้ำ เช่น กระเพาะปลา และจานสุดท้ายจะเป็นข้าวผัด ซึ่งจะตบท้ายด้วยของหวาน ในการ

เสิร์ฟออกมาที่ละจานเท่านั้น อาหารจะไม่ออกมาพร้อมกัน ซึ่งแขกที่มาร่วมงานจะได้ทานอาหารพร้อมกันเหมือนกันทั้งงาน

สูตรรัตน์ อนุเวช และกิติมา สุรสุนธิ (2565) กล่าวว่า ลำดับอาหาร จัดแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

ลำดับที่ 1 อาหารเรียกน้ำย่อย ประเภทออเดิร์ฟเย็น หรือออเดิร์ฟร้อน

ลำดับที่ 2 อาหารจานร้อน หรือปรุงจากเนื้อประเภทสัตว์ปีก สัตว์ปีก อาหารทะเลและผัก

ลำดับที่ 3 อาหารจานหลัก ซึ่งมีได้หลายอย่างรวมถึงอาหารทะเล และประเภทเนื้อที่ปรุงจากสัตว์ปีก สัตว์ปีกลำดับที่ 4 อาหารอิมพ์ทอง คือ โดยจะเลือกให้มีความหลากหลายไม่ซ้ำกับลำดับอาหารจานที่ผ่านมา ข้าวผัดบะหมี่ พร้อมน้ำแกงหรือซุ๊ปไก่ และลำดับสุดท้าย คือ อาหารหวานประเภทผลไม้หรือของหวานอื่นๆ เสิร์ฟพร้อมน้ำชา

โดยอาหารเรียกน้ำย่อย หรืออาหารจานเย็น คือไม่มีการปรุงร้อน เช่น ยำขาไก่, ขนมน้จืด, ข้าวเกรียบ, ใส้กรอก, ไข่เยี่ยวม้า, ฯลฯ

- อาหารต้มร้อน เช่น หูฉลาม, กระจ่างปลา, หมูหัน, เป็ดอบ, ไก่อบ

- อาหารจานหลัก เช่น ข้าวผัด, น้ำแกง, หมี่ และของหวาน อาจมี 1 - 2 อย่าง แต่ที่สมบูรณ์จะมี 2 อย่าง คือ ทั้งของหวานเย็น และร้อน

อย่างไรก็ดีโดยปกติการจัดเลี้ยงงานมงคลจะประกอบด้วยอาหารที่มีความหมายมงคลต่างๆ เช่น หมี่ หรือขนมชาลาเปาลูกท้อ หมายถึง อายุยืนยาว และเจริญรุ่งเรือง, ปลา หมายถึง การมีกินมีใช้เหลือเฟือ แล้วต้องตบท้ายด้วยของหวาน หมายถึง ความสุข ความหวานชื่นของชีวิต ส่วนการเลี้ยงอาหารในงานศพจะเรียกว่า ไช้ปิ้ง แปลว่าข้าวกับน้ำ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะจัดอาหารไว้เรียบร้อยแล้วบนโต๊ะอาหาร พร้อมรับประทาน โดยโต๊ะอาหารจะไม่หุ้หุ้ทำงานมงคล จะเน้นง่าย ๆ และไม่มีการจัดเลี้ยงหมี่ ชาลาเปา ลูกท้อ ของหวาน หรืออาหารมงคลต่างๆ ในประเทศไทยจะเห็นพัฒนาการที่เปลี่ยนไปของการเลี้ยงอาหาร แบบโต๊ะจีนที่มีการประยุกต์นำอาหารไทยที่มีชื่อมงคลเข้ามาร่วมเสิร์ฟอยู่ด้วย เช่น ในต่างจังหวัดอาจนำมาร่วมรับประทานเชื่อว่าโชคลาภมาให้ เป็นต้น

ธุรกิจรับจัดงานจัดเลี้ยงโต๊ะจีน LEO (2020) กล่าวว่า สำหรับ การจัดอาหารโต๊ะจีน จะมีลำดับอาหารในการเสิร์ฟเริ่มจากอาหารเรียกน้ำย่อย เป็นอาหารจำพวกออเดิร์ฟเย็น ต่อมาจะเป็น

อาหารจรร้อนต้องประกอบไปด้วยอาหารที่ปรุงด้วย เนื้อสัตว์ และผัก โดยจะมีอาหารจรรหลักคือ หูฉลาม ตามมาด้วยอาหารจำพวก ข้าวผัด แล้วสุดท้ายเป็นของหวานล้างปาก คือ ของหวานและผลไม้

อาหารจีนเป็นอาหารชนิดหนึ่งที่มีรสชาติอร่อยโดยมีรสจัด ซึ่งปรุงด้วยซีอิ๊ว น้ำซอส เต้าเจี้ยว โดยใช้วิธีผัด ต้ม ตุ่น ฯลฯ ในการประกอบอาหาร นอกจากนี้ อาหารจีนยังเป็นส่วนสำคัญในการไหว้ของเทศกาลตรุษและสารท ในด้านอาหารคาวจะใช้หูฉลาม กระเพาะปลา ไส้กรอก ห้อยจ้อ หมูเปิดไก่ต้ม ผลไม้ เป็นต้น ส่วนขนมที่ใช้ในการไหว้ตรุษจีนจะใช้ขนมเป็ง ขนมเทียน ส่วนสารทจะใช้ขนมจ้าง บ๊ะจ่าง ขนมเข่ง ขนมเทียน ขนมโก๋ขนมเปียะ ขนมอี๋ เป็นต้น หูฉลามจะปรุงด้วยซีอิ๊ว น้ำซอส แป้งมันต์นหอม ขึ้นฉ่ายและพริกไทย กระเพาะปลาที่ปรุงด้วยซีอิ๊ว น้ำซอส น้ำปลา แป้งมันต์นหอม ผักชีพริกไทย โดยใส่น้ำซุบ เห็ดหอม เนื้อไก่ ห้อยจ้อที่ทำจากเนื้อ ปู มันหมูแข็ง แห้ว หอมใหญ่ ฟองเต้าหู้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปลิงทะเลหมูสามชั้นต้มเผือก หมูเย็น ก้วยบะ เผือกทอด ขนมเทียน ขนมเข่ง ฯลฯ (YANAN ZHAO 2564)

2.4 ทฤษฎีและแนวคิดด้านปัจจัยประชากรศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล (2550) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาด เพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง

Hanna and Wozniak (2001) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากร (Demographic) เช่น อายุ เพศการศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา เชื้อชาตินั้น เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนตลาด โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีหน่วยงานจำนวนมากได้รวบรวมไว้ การนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ประโยชน์จึงทำได้โดยง่าย อีกทั้งยังสะดวกต่อการวัดและประเมินผลอีกด้วยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากร

Belch G.E. and Belch M.A (2004) ได้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการพฤติกรรมการตัดสินใจและอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

1. อายุบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ

2. เพศเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมาก เพราะเพศที่ต่างกันมักมีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่าง โดยมากเกิดจากสาเหตุในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดูการปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก

3. สถานภาพการสมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึงปัจจุบันเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยผู้บริโภคทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกันเช่นผู้ที่หย่าร้างหรือเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหราทันสมัยมีเอกลักษณ์

4. การศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ จึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5. อาชีพอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใดเพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (economic circumstances) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อตราสินค้าและบริการที่เค้าตัดสินใจ สถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

2.5 ส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย เครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price)

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonperson Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การหรือผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลในช่องทางอื่น

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) และ การตลาดเชื่อมต่อตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการ

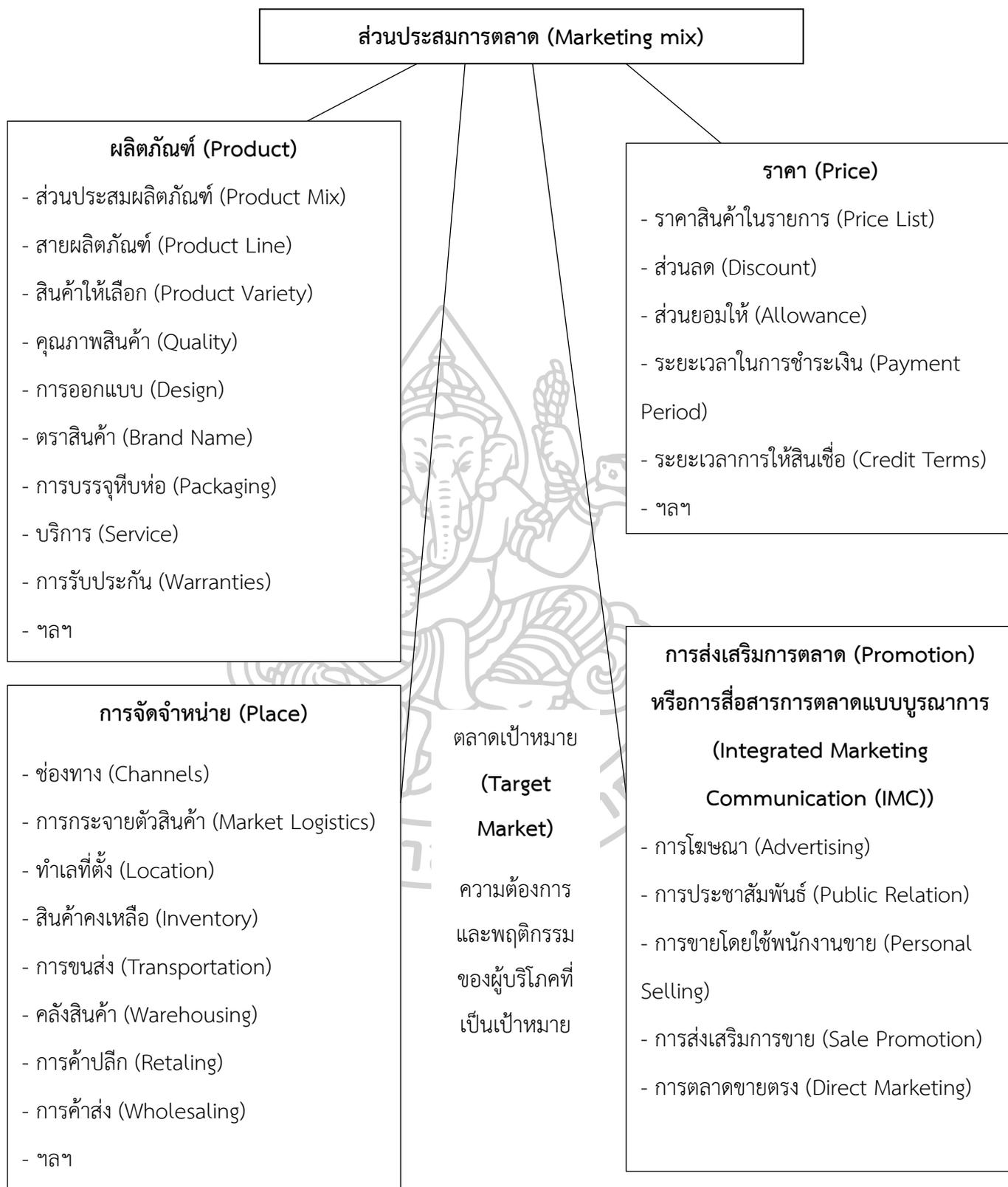
ตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือ กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงาน การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า การบริหาร สินค้าคงเหลือ

ภาพที่ 1 แสดงรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)



ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552)

จากข้างต้นที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด สามารถทำให้เห็นได้ว่าถ้าธุรกิจต้องการที่จะประสบความสำเร็จนั้นความเหมาะสมในการกำหนดส่วนประสมการตลาดเป็นเรื่องสำคัญ เพราะกระบวนการซื้อในปัจจุบันของผู้บริโภค ผู้ซื้อจะยึดหลักมูลค่าสูงสุด (Value Maximization) ธุรกิจที่มีคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าสูงสุด (Highest Delivered Value) จะได้รับการซื้อผลิตภัณฑ์จากลูกค้ามูลค่าที่กล่าวคือความแตกต่างระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์ในสายตาของลูกค้า (Total Customer Value) และราคา (ต้นทุน) ของผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้านั่นเอง โดยความหมายและองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยมี ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงการสังเคราะห์องค์ประกอบและความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ผู้แต่ง	ส่วนประสมทางการตลาด								
	เครื่องมือการตลาด	ผลิตภัณฑ์	ราคา	การจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	บุคคล	กระบวนการ	ลักษณะทางกายภาพ	ตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
Kotler (1997)	√	√	√	√	√				√
นพดล โกฏคำลือ (2562)	√	√	√	√	√	√	√	√	√
อารยะ ภูมิจิตอมร และคณะ (2563)	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Kotler P. and Armstrong (2014)	√	√	√	√	√	√	√	√	√
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552)	√	√	√	√	√				√
รวมความถี่	5	5	5	5	5	3	3	3	5

ที่มา: สรุปโดยผู้วิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

จากตารางที่ 3 การสังเคราะห์องค์ประกอบและความหมายของส่วนประสมทางการตลาด และการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจมักนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมาย และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยเดิม

มี 4 ตัวแปร (4Ps) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย(Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้บริการ จึงเพิ่มเติมตัวแปรขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) รวมเป็น 7 ตัวแปร (7Ps) : ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

2.6 พฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร

Smittikai (2011) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ(Discard) ของสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง

ปรีชา หงส์ไกรเลิศ (2552) กล่าวว่า มนุษย์แต่ละคนจะเปลี่ยนแปลงตนเองไปตามสถานการณ์ต่างๆ ตามสภาพแวดล้อมและแสวงหาความต้องการที่จะเข้าใจตนเองยอมรับตนเองทั้งในส่วนดีส่วนบกพร่องรู้จักจุดอ่อนและความสามารถของตนเอง มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน ซึ่งต้องได้รับความพึงพอใจจากความต้องการพื้นฐานต่ำสุดเสียก่อนจึงจะผ่านขึ้นไปยังความต้องการชั้นสูงตามลำดับ โดยประกอบด้วย (1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานลำดับต่ำสุดของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด (2) ความต้องการความปลอดภัยหรือมั่นคง (Security or Safety Needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้วมนุษย์จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป (3) ความต้องการความรักและความต้องการด้านสังคม(Belongingness and Love Needs) ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น (4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หรือความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือ และสถานะจากสังคม และ (5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล

Kotler (2012) อ้างถึงใน รวิกร สยามภักดิ์ (2559) ได้อธิบายถึง โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเริ่มจากมีสิ่งกระตุ้นจากภายในหรือภายนอก ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ นั้นๆ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buying's Black Box) ที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ก็ จะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นกระบวนการในการตัดสินใจของผู้ซื้อที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถล่วงรู้ได้ เมื่อ สามารถตัดสินใจได้แล้วจึงจะเกิดการตอบสนอง (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision)

ศิริวรรณ (2550) อ้างถึงใน พิมพ์ใจ สิงคราช (2557) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค(consumer behavior analysis) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการ ใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้การ ตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (marketing strategies) ที่สามารถ สอนความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

โดยเมื่อขยายความถึงพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มีผู้กล่าวถึงดังนี้

ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง การ กระทำการแสดงออกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้าที่เป็นความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพเช่น ความถี่ในการบริโภคและมูลค่าการบริโภค

ชนัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ (2560) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบ อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรร การตัดสินใจและ การเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วยจุดประสงค์ในการบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพ โอกาสในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ความถี่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ระยะเวลาใน การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ มื้ออาหารในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ค่าใช้จ่ายต่อมื้อในการ บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สถานที่ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ

2.7 ทฤษฎีและแนวคิดด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

Nuanyai (2020) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคโดยในกระบวนการซื้อทั่ว ๆ ไปจะประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

1) รับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าและบริการจึงหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดมาทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นมา

2) ค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการแล้ว ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลที่ค้นหาแล้วจะเข้าสู่ขั้นตอนการประเมินทางเลือกโดยทำการเปรียบเทียบข้อมูลต่าง ๆ

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อทำการประเมินทางเลือกแล้วผู้บริโภครักจะทำการตัดสินใจซื้อหรือเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการสอดคล้องกับความพึงพอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เมื่อมีการตัดสินใจซื้อแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคเมื่อได้ตัดสินใจซื้อไปแล้ว

Chotiphong (2017) กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The Buying Decision Process) คือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นรับรู้ความต้องการเป็นขั้นตอนแรกของความ ต้องการซื้อเมื่อบุคคลเกิดความ ต้องการซึ่งเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก นักการตลาดจึงสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภครับรู้ความต้องการได้ โดยการโฆษณากระตุ้นให้เห็นถึงความจำเป็นของการมีสินค้านั้น

2. ขั้นค้นหาข้อมูลข่าวสารเมื่อได้รับการกระตุ้นจากขั้นที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

3. การประเมินทางเลือก หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคประเมินผลข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจซึ่งผู้บริโภคมักมีเกณฑ์พึงพอใจอันดับหนึ่งของตน และมองหาประโยชน์บางอย่างของผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับ 2 และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดซึ่งมีลักษณะเฉพาะผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 3

4. ขั้นตัดสินใจซื้อในการตัดสินใจซื้อเป็นผลมาจากการประเมินผลทางเลือกของผู้บริโภคซึ่งอาจมีอิทธิพลมาจากความรุนแรงของทัศนคติในทางลบต่อสินค้านั้นของบุคคลอื่นและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่คล้ายตามความต้องการของผู้อื่นหากผู้บริโภคมีความใกล้ชิดกับบุคคลนั้นมากทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อหลังจากซื้อผลิตภัณฑ์และได้ใช้ผลิตภัณฑ์แล้วระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคมีผลต่อการซื้อซ้ำครั้งต่อ ๆ ไป นักการตลาดจึงต้องติดตามผลพฤติกรรมการซื้อเพื่อรักษาระดับความพึงพอใจให้ต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยได้แสดงการสังเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในตารางที่ 2.4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงการสังเคราะห์ความหมายและองค์ประกอบของการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

ผู้แต่ง	การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค				
	รับรู้ปัญหาหรือความต้องการ	ค้นหาข้อมูล	การประเมินทางเลือก	ขั้นตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมภายหลังการซื้อ
Nuanyai (2020)	√	√	√	√	√
Chotiphong P (2017)	√	√	√	√	√
จินณวัฒน์ อัครเวียงชัย (2565)	√	√	√	√	√
ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540)	√	√	√	√	√
Peter (1990)	√	√	√	√	√
รวมความถี่	5	5	5	5	5

ที่มา: สรุปโดยผู้วิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

จากตารางที่ 4 การสังเคราะห์องค์ประกอบและความหมายของส่วนประสมทางการตลาดและการทบทวนวรรณกรรมพบว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆทางเลือก ซึ่งเป็นทางเลือกที่ได้มีการประเมินแล้วว่า เป็น ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด แม้ลูกค้าจะเป็นบุคคลที่มีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องใดก็ตามก็จะมีกระบวนการตัดสินใจที่คล้ายกัน ทั้งนี้ระหว่างกระบวนการผู้บริโภคจะถูกเร้าด้วยสิ่ง

กระตุ้น ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) 2) การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) 3) การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) 4) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (PostPurchase Behavior)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนาและคณะ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาตำรับอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ ยกกระต๊อบในการให้บริการให้ปลอดภัย และการพัฒนารูปแบบการจัดการแบบเดลิเวอรี่ ผลการศึกษาพบว่า มีการคัดเลือกรายการอาหารจำนวน 17 รายการ นำมาปรับตำรับเพื่อให้เป็นรายการอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ ดังนี้ รายการอาหารประเภทของผัด และทอด มีแนวทางในการปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้ทอดเป็นน้ำมันรำข้าว รายการอาหารประเภทซूप และตุ๋น เครื่องยาจีน มีสรรพคุณทางยาสำหรับการบำรุงร่างกาย อาหารในกลุ่มซूप และอาหารประเภทขนมหวานมีการปรับเรื่องน้ำตาล อาหารเพื่อสุขภาพดังกล่าวทั้งหมดมีการปรับการใช้เครื่องปรุงรสให้ เป็นรายการอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด บรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ กระดาษพลาสติกชนิดบาง และพลาสติกชนิดหนา มาใช้ในการบรรจุอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่ และสร้างต้นแบบการบริหารจัดการธุรกิจโตะจีนเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี่อย่างมีประสิทธิภาพสูง

ณัฐวุฒิ เลิศวัฒนเกษม (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ใส่ใจในการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพโดยมีช่วงอายุ ระหว่าง 31-40 ปี วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ทั้งนี้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 500 บาท จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า อาหารเพื่อสุขภาพมีราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมต่อการศึกษาความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของอาหารเพื่อสุขภาพ การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพตามเพื่อน ซึ่งตั้งใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำ

เตชินท์ ภิรัชตานนท์ (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้ บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในด้านการตระหนักต่อสุขภาพ (Health Consciousness) และ ปัจจัยในด้านการตระหนักต่อราคา (Price

Consciousness) นั้นมีผลต่อปัจจัยความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้บริโภค นั้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยในด้านการตระหนักต่อสุขภาพมากที่สุด

กนกวรรณ คงธนาคมธัญกิจ (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้า ปัจจัยด้านวิธีการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด สำหรับลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบพร้อมทานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า

ชนิดดา ศิริพล (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมผู้ซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ (2) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 300 คน มีอายุระหว่าง 31-39 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีค่าดัชนีมวลกายอยู่ที่ 18.5-22.9 (3) พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนใหญ่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่มาจากธรรมชาติที่มีสารอาหารครบ 5 หมู่ เหตุผลในการบริโภคเพราะอยากมีสุขภาพดี ความถี่ในการบริโภค 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการบริโภคคือไม่แน่นอน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อ 50-100 บาทเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารทั่ว ๆ ไป และบุคคลที่เป็นแรงจูงใจในการบริโภค คือ ตนเอง (4) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า พบว่า 1)

รูปแบบและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโตะเงินแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนการบริหารงานนั้น ผู้ประกอบการจะบริหารงานเพียงคนเดียว โดยมีการวางแผนการทำงานที่เป็นขั้นตอนและในแต่ละขั้นตอนการทำงานผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญเนื่องจากมีผลกระทบกับคุณภาพของอาหาร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ 2) ด้านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น พบว่าผู้ประกอบการใช้วิธีการสร้างความแตกต่างของคุณภาพของอาหารและการบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และยังพบอีกว่าการใช้นายหน้าก็เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะโดยการมุ่งเน้นลูกค้าระดับกลางที่ต้องการโตะเงินที่มีราคาไม่สูงและไม่ให้ความสำคัญกับรูปแบบมากนัก

วัลลภา วิชชะยวงศ์และดวงใจ คงคาหลวง (2023) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคธุรกิจโตะเงินในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผลวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ขนาดอิทธิพล 0.03 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ขนาดอิทธิพล 0.95ภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ขนาดอิทธิพล 0.92 และส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดี โดยส่งผ่านภาพลักษณ์ ขนาดอิทธิพล 0.88 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สมการโครงสร้างมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 82และ2) แนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคธุรกิจโตะเงินในจังหวัดนครปฐม คือมาตรฐานอาหารสดใหม่รสชาติดี มีเมนูใหม่ ๆ ใช้วัตถุดิบคุณภาพ อุปกรณ์สะอาดพร้อมใช้ตั้งราคาชัดเจน มีช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ จัดโปรโมชั่น มีการวางแผนพนักงานพร้อมทำงาน ปริมาณอาหารพอต่อแขกในโตะ

ฉิรนนท์ ประทุม (2564) ได้จัดทำแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโตะเงินในจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการโตะเงินจังหวัดนครปฐม ควรพัฒนาสมรรถนะที่จ าเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ 5 ด้านดังนี้ (1) ด้านคุณภาพและการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่องความสะอาดของอาหาร (2) ด้านผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่องการแต่งกาย ความสุภาพของพนักงาน (3) ด้านราคาในเรื่องความหลากหลายในด้านราคา (4) ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในเรื่องความสะอาดของสถานที่ที่ าอาหาร (5) ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องความหลากหลายของรายการอาหาร

กัธร แจ่มจำรัส (2556) ได้ทำการศึกษาพลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนมีการพัฒนาธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ตั้งแต่ด้านบุคลากร ด้านอุปกรณ์ ด้านอาหาร ด้านราคา และปัจจัยใหม่ที่พบต่างจากอดีตที่ผ่านมาคือ ด้านการตลาด ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ ด้านการจัดงานแบบครบวงจร ส่วนของปัญหาและอุปสรรคพบว่า มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก และโดยส่วนมากเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการ รับรองมาตรฐานด้าน อาหารสะอาดและปลอดภัยจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้บริโภคจึงควรเลือกใช้ธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีนที่ได้รับป้ายการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม เพื่อความสะอาดและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค

ศศิอารีญา แสงทรัพย์ (2561) ได้จัดทำแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้หญิงวัยทำงานจังหวัดราชบุรีที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้หญิงวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 26 - 35 ปีจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสถานภาพโสดส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท (2) ผู้บริโภคมีความต้องการแตกต่างจากการรับรู้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้านโภชนาการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 (3) การรับรู้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้านโภชนาการความสนใจในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครโดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้ดีที่สุดคือ ความสนใจในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือ การรับรู้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้านโภชนาการและอันดับสุดท้ายคือ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในด้านความถี่ในการบริโภค (ครั้ง/เดือน) มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ศิขรินทร โพธิ์สิทธิ์และวัชระ ยี่สุนเทศ (2566) ได้ทำการศึกษาปัจจัยสวนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสำคัญสวนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก 2) ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก 3) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน และ 4) ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม” ในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Approach : Qualitative and Quantitative Research Design) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) สรุปผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ และใช้วิธีการวิจัยแบบสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน และนำไปสู่การสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม โดยมีรายละเอียดในบทนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ และวิธีการดำเนินการ ดังนี้

- 3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย
- 3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล
- 3.6 ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

1.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพ เมนูอาหารและลำดับการเสิร์ฟของการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทฤษฎีและแนวคิด ด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7

ด้าน ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและทฤษฎีและแนวคิดด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

1.2 ดำเนินการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยสร้างแบบมาตราส่วนประมาณ ค่า 5 ระดับ เพื่อสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพโดยรวม และรายด้านของผู้บริโภคอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือมีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารโต๊ะจีน

1.2 กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ที่เป็นประชากรที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือมีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารโต๊ะจีน ซึ่งมีขนาดจำนวนประชากรขนาดใหญ่และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือมีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารโต๊ะจีนได้ ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบประชากร ผู้วิจัยจึงใช้วิธีกำหนดสมมติฐานกับลักษณะข้อมูลที่มีการกระจายตัวแบบปกติ และได้กำหนดระดับความแปรปรวน ได้แก่ $p = q = 0.5$ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้ตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

p หมายถึง โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง

q หมายถึง โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์เท่ากับ $1 - p$ ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้โดยใน

งานวิจัยนี้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 (กำหนด e มีค่า 0.05)

เมื่อนำไปแทนค่าที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยแทนค่า Z เท่ากับ 1.96 และกำหนดค่า e เท่ากับ 0.05

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

$$n = 384.16$$

ดังนั้น จึงหมายความว่า จำนวนการเก็บตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 385 ตัวอย่าง ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนแบบสอบถามรวมเป็นการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง ซึ่งจากการส่งแบบสอบถามมีอัตราการตอบกลับจำนวน 400 ชุด คิดเป็น 100% ของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sample) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัดและเลือกกระจายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือมีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารโต๊ะจีน ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระจายแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้สะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล และเพื่อไม่ให้ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจึงได้ตัดรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพออก

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดของเครื่องมือทั้งสอง ประเภทดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามปัจจัยที่ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินเพื่อสุขภาพ โดยสร้างจากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารโตะเงินเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินเพื่อสุขภาพ

3.1 ปัจจัยทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

3.2 ปัจจัยด้านธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะเงิน ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการกระบวนกรบริการ และด้านมาตรฐานสุขาภิบาล

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะเงินเพื่อสุขภาพ

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพอาหารเพื่อสุขภาพและการใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะเงินโดยใช้การวัดข้อมูลอันตรภาคชั้น แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยสามารถกำหนด ได้ดังนี้

$$\text{ช่องก้างระหว่างชั้น} = \frac{\text{ชั้นสูงสุด} - \text{ชั้นต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ซึ่งความกว้างของแต่ละชั้นเท่ากับ 0.08 และกำหนดการแปลความหมายของพฤติกรรมในการบริโภคโตะเงินเพื่อสุขภาพ จังหวัดนครปฐม ดังต่อไปนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงการให้บริการของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1. เครื่องมือเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม ภายใต้ขอบข่ายของการวิจัยคือปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

1.2 กำหนดขอบเขตของข้อคำถามจากตัวแปรที่จะศึกษาตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และส่วนประสมการตลาด แล้วสร้างแบบคำถามจากขอบเขตดังกล่าว

1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อพิจารณาตรวจสอบ โครงสร้าง คำถาม การใช้ภาษา และความครอบคลุมในเนื้อหาสาระ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

1.4 ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาศัยดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ รวม 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสม ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัย โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

+ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากนั้น ผู้วิจัยนำคะแนนที่ผู้คุณวุฒิประเมินให้มาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Index of Item objective Congruency: IOC) โดยมีสูตรคำนวณดังนี้

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

เมื่อ *IOC* แทน ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

ΣR แทน ผลรวมคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ

N แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

และเกณฑ์ในการพิจารณาระดับดัชนีความสอดคล้องของคำถามที่ได้จากการคำนวณจากสูตรจะมีค่าอยู่ ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 มีรายละเอียดดังนี้

ค่า *IOC* ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามนั้นไว้ใช้ได้

ค่า *IOC* ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือต้องตัดทิ้ง

ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ($IOC \geq 0.50$) (Rovinelli and Hambleton, 1977) ถือว่าข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้ในงานวิจัยได้ หากข้อคำถามใดมีค่าไม่ถึง 0.50 ผู้วิจัยควรปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ข้อคำถามครอบคลุมตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

1.5 การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยกำหนดให้มีการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาคำนวณค่าแอลฟา (α) (Cronbach's alpha) ซึ่งถ้าค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามจัดอยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้ (Rovinelli and Hambleton, 1977) ซึ่งปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะเงินเพื่อสุขภาพ อยู่ที่ 0.93 (ภาคผนวก ค ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม) สอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

1.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยต่อไป

3.5 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามโดยใช้ Google Form เป็นวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์

1.2 นำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรในจังหวัดนครปฐมตามช่องทางออนไลน์

1.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

1.4 ลงข้อมูลที่ได้ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

1.5 สรุปผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะทำให้สามารถระบุปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการบริโภคโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องงานกับงานวิจัยครั้งนี้ และนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.6 ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทฤษฎีทางสถิติมาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ที่เก็บรวบรวมมา

1.1) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและอาชีพ โดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) หาจำนวนและร้อยละ(Percentage)

- 1.2) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ โดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) หาจำนวนและร้อยละ (Percentage)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) วิเคราะห์ปัจจัยระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ กับแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม ด้วยการใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

1.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพในจังหวัดนครปฐม

1.2 ดำเนินการสัมภาษณ์ นักวิชาการด้านอาหาร นักโภชนาการ เชฟ บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ เจ้าของร้านโต๊ะจีน บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีนและออแกนิกส์เซอร์ อย่างละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน สัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) โดยทำการสัมภาษณ์พร้อมกันกับการทำวิจัยเชิงปริมาณ

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักวิชาการด้านอาหาร นักโภชนาการ เชฟ บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ เจ้าของร้านโต๊ะจีน บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีน อย่างละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก (Purposeful Selection)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกแบบเจาะจง และแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้ได้ผ่านการศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์

รวมถึงการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเพื่อพิจารณาประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงความถูกต้องเหมาะสม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร โตะจีน 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร 1 ท่านและนักวิชาการ 1 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยถามในประเด็นต่อไปนี้ คือ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ประสบการณ์การทำงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา อายุ

ตอนที่ 2 คำถามปลายเปิดที่ถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนเพื่อสุขภาพ ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงของสำหรับอาหารโตะจีน เมนูอาหารเพื่อสุขภาพในการจัดโตะจีน สาเหตุที่ธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จในการทำสำหรับอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ และแนวความคิดอื่นๆที่เกี่ยวกับสำหรับอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ

2. ผู้วิจัย นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดเพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เตรียมตัวก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเนื่องจากผู้วิจัยคือผู้เก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเองโดยเริ่มจากการแนะนำตนเองให้กับผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองทักทายด้วยอัธยาศัยอันดี บอกวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์และขออนุญาตบันทึกข้อมูลเสียงจากการสัมภาษณ์พร้อมทั้งในขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมต่างๆ เช่น สี หน้าท่าทางน้ำเสียงและความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

3. เครื่องบันทึกเสียงเพื่อใช้บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถจดหรือจดบันทึกได้ทั้งหมดเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้มากที่สุดโดยไม่ตกหล่นและเพื่อตรวจสอบความคาดเคลื่อนของข้อมูลจำเป็นต้องมีเครื่องบันทึกเสียงที่มีคุณภาพ

4. กล้องถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อเก็บข้อมูลภาพในบรรยากาศชั้นตอนและกระบวนการทำเนิ การในการสัมภาษณ์

5. เครื่องมือที่ช่วยจดบันทึกคือสมุดและปากกาสำหรับจดบันทึกข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ซึ่งช่วยในการบันทึกคำพูดที่สำคัญสภาพแวดล้อมบรรยากาศบุคลิกภาพและพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางสำหรับสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพในจังหวัดนครปฐม มีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์

2.2 กำหนดขอบข่ายของข้อมูลที่ต้องการให้ครอบคลุมกรอบการศึกษาค้นคว้า

2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ รวม 3 ท่าน เพื่อพิจารณาประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงความถูกต้องเหมาะสม และ ปรับปรุงแก้ไขทางด้านภาษาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.5 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและแก้ไขปรับปรุง เรียบร้อยแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล สำคัญในการวิจัยต่อไป

3.5 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

2.1 ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย จาก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ถึงนักวิชาการด้านอาหาร นักโภชนาการ เซฟ บุคคลที่ทานอาหารสุขภาพ เจ้าของร้านโต๊ะจีน บุคคลที่กินอาหารโต๊ะจีนและอแกไนซ์ เซอร์ อย่างละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย โดยแนบกำหนดการนัดหมายที่จะไปสัมภาษณ์ เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

2.2 ผู้วิจัยส่งแบบสัมภาษณ์ให้กับนักโภชนาการ เซฟ บุคคลที่ทานอาหารสุขภาพ เจ้าของร้านโต๊ะจีน บุคคลที่กินอาหารโต๊ะจีน อย่างละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน ล่วงหน้า 3 วันก่อนวันที่นัดสัมภาษณ์ ด้วยตนเอง

2.3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

(Key Informant Interview) จำนวน 10 คน โดยทำการสัมภาษณ์เป็นเวลา 1 – 2 ชั่วโมง ต่อ 1 คน ด้วยตัวเอง

3.6 ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเรียงข้อมูลตามวัตถุประสงค์ เรียบเรียง และพรรณนา ด้วยขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จะทำการวิเคราะห์ไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยในแต่ละวันที่เก็บข้อมูลผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจัดบันทึกการถอดเทปเสียงมาแยกหมวดหมู่ตามประเด็นต่าง ๆ (Component Analysis) และพิจารณาข้อมูลที่ได้ในแต่ละครั้งว่ามี ความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบวัตถุประสงค์หรือไม่และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยศึกษาจากเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิง ลึก โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อนำไปใช้ในการจัดแยกข้อมูลและวิเคราะห์ ข้อมูลตามแนวคิดโดยข้อมูลที่ได้จะวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนา หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อความ ถูกต้องของข้อมูลและการพรรณนาที่ถูกต้อง

3. นำข้อมูลไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาพร้อมแก้ไขและลงพื้นที่เพิ่มเติมเพื่อเก็บข้อมูลที่ยังไม่ ครบถ้วนและมีความบกพร่องเพื่อนำมาแก้ไขให้เสร็จสมบูรณ์

3.7 การพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจรรยาบรรณในการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ เก็บข้อมูล และการพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล โดยมีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยในครั้งนี้ ให้กับผู้ให้ข้อมูลได้รับทราบ โดยผู้ที่ให้ข้อมูลมีสิทธิ์ที่จะปฏิเสธและตอบรับการให้ข้อมูลเพื่อไม่ให้เกิด เป็น เสียผลประโยชน์และกระทบในการให้ข้อมูลใด ๆ จากการวิจัย เพื่อให้เป็นโดยการสมัครใจ ใน การสัมภาษณ์ เชิงลึก ด้วยในขณะที่สัมภาษณ์มีการขออนุญาตในการบันทึกเสียง ทั้งนี้หากผู้ให้ สัมภาษณ์เกิดความรู้สึก ไม่สบายใจในการให้ข้อมูล สามารถยุติการให้ข้อมูลและการสัมภาษณ์ได้ ตลอดเวลา ผู้วิจัยได้เปิดโอกาส ให้ผู้ให้ข้อมูลซักถามเกี่ยวกับข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัยได้ตลอดเวลา นอกจากนี้จะไม่มีการอ้างอิงถึงชื่อ ผู้ให้ข้อมูล หรือข้อมูลส่วนตัวลงไปในงานวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะเงินเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอนหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

ตอนที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 2 การศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะเงิน

ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะเงินเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินเพื่อสุขภาพ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะเงินเพื่อสุขภาพ

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 5 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	161	40.3
หญิง	221	55.3
เพศทางเลือก	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 161 คน ร้อยละ 40.3 และรองลงมาคือเพศทางเลือก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	26	6.5
ระหว่าง 21 – 30 ปี	133	33.3
ระหว่าง 31 – 40 ปี	44	11.0
ระหว่าง 41 – 50 ปี	75	18.8
ระหว่าง 51 – 60 ปี	68	17.0
มากกว่า 60 ปี	54	13.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 75 คน ร้อยละ 18.8 และรองลงมาคือระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	15.0
ปริญญาตรี	276	69.0
สูงกว่าปริญญาตรี	63	15.8
มัธยมศึกษา	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 63 คน ร้อยละ 15.8 และรองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา นักศึกษา	62	15.5
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	37	9.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	12.5
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.8
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	91	22.8
ว่างงาน	3	0.8
พนักงานร้านอาหาร	1	0.3
บุคลากรทางการแพทย์	13	3.3
แพทย์	35	8.8
พยาบาล	12	3.0
เภสัชกร	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 และรองลงมาคือนักศึกษา นักศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 12,000 บาท	56	14.0
12,000 – 20,000 บาท	94	23.5
20,001 – 40,000 บาท	64	16.0
40,001 – 60,000 บาท	53	13.3
60,001 – 80,000 บาท	66	16.5
80,001 - 100,000 บาท	42	10.5
100,000 บาทขึ้นไป	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 12,000 – 20,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาคือ 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 66 คน ร้อยละ 16.5 และรองลงมาคือ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารโตะเงินเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ตารางที่ 10 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคจำแนกตามประสบการณ์ร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโตะเงิน

ประสบการณ์ร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโตะเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เคย	393	98.3
ไม่เคย	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน จำนวน 393 คน คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาคือไม่เคยร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน

จำนวนครั้งที่เคยร่วมงาน	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	110	27.5
3-4 ครั้ง	117	29.3
5 ครั้งหรือมากกว่า	173	43.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่เคยร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน 5 ครั้งหรือมากกว่า จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และรองลงมาคือ 1-2 ครั้ง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามประสบการณ์การจัดงานเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน

ประสบการณ์การจัดงานเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน	จำนวน	ร้อยละ
เคย	257	64.3
ไม่เคย	143	35.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยจัดงานเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ไม่เคยจัดงานเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยจัดงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน

จำนวนครั้งที่เคยจัดงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	15	3.8
1-2 ครั้ง	215	53.8
3-4 ครั้ง	81	20.3
5 ครั้งหรือมากกว่า	89	22.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่เคยจัดงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน 1-2 ครั้ง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ 5 ครั้งหรือมากกว่า จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และรองลงมาคือ 3-4 ครั้ง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามโอกาสที่ใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนหรือร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่

โอกาสที่ใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน	จำนวน	ร้อยละ
งานบวช	241	22.1
งานจัดเลี้ยงแต่งงาน	251	23.0
งานจัดเลี้ยงขึ้นบ้านใหม่	168	15.4
งานจัดเลี้ยงวันเกิด	117	10.7
งานจัดเลี้ยงของหน่วยงาน	154	14.1
งานจัดเลี้ยงปีใหม่	159	14.6
รวม	1,090	100.0

จากตารางที่ 14 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสที่ใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนหรือร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่ คืองานจัดเลี้ยงแต่งงาน จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ งานบวช จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และรองลงมาคือ งานจัดเลี้ยงขึ้นบ้านใหม่ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคจำแนกตามการรับประทานอาหารโต๊ะจีนครั้งล่าสุด

การรับประทานอาหารโต๊ะจีนครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	55	13.8
1-3 เดือน	68	17.0
4-6 เดือน	76	19.0
7-9 เดือน	56	14.0
10-12 เดือน	63	15.8
มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	82	20.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับประทานอาหารโต๊ะจีนครั้งล่าสุดมากกว่า 1 ปีขึ้นไป จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือ 4-6 เดือน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และรองลงมาคือ 1-3 เดือน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามสถานที่รับประทานอาหารเช้าครั้งล่าสุด

สถานที่รับประทานอาหารเช้าครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไปทานที่ร้าน	60	15.0
จัดที่บ้าน	85	21.3
ที่ทำงาน	72	18.0
ณ สถานที่จัดงานเลี้ยง	180	45.0
มหาวิทยาลัย	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 16 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปรับประทานอาหารเช้าครั้งล่าสุด ณ สถานที่จัดงานเลี้ยง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ จัดที่บ้าน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และรองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามการเลือกรายการอาหารในการจัดเลี้ยงอาหารเช้าเมื่อเป็นผู้จัดงาน

การเลือกรายการอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
เลือกตามเซตเมนูจากทางร้าน	208	52.0
กำหนดอาหารให้กับทางร้าน	192	48.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 17 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลือกรายการอาหารในการจัดเลี้ยงอาหารเช้าเมื่อเป็นผู้จัดงานโดยการเลือกตามเซตเมนูจากทางร้าน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ กำหนดอาหารให้กับทางร้าน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามแขกผู้ร่วมงานเลี้ยงโต๊ะจีน

แขกผู้ร่วมงานเลี้ยงโต๊ะจีน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 40 คน	86	21.5
41-100 คน	123	30.8
101-200 คน	95	23.8
201-300 คน	49	12.3
มากกว่า 300 คนขึ้นไป	47	11.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 18 ผลการศึกษาพบว่าแขกผู้ร่วมงานเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่ จำนวน 41-100 คน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ 101-200 คน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และรองลงมาคือ น้อยกว่า 40 คน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนต่อคน ที่เหมาะสม

ค่าบริการในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 150 บาท	49	12.3
150 - 300 บาท	96	24.0
301 - 450 บาท	91	22.8
451 - 600 บาท	71	17.8
601 - 750 บาท	46	11.5
มากกว่า 750 บาท	47	11.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนต่อคน ที่เหมาะสม ในราคา 150 - 300 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ 301 - 450 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และรองลงมาคือ 451 - 600 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านให้บริการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านให้บริการจัดเลี้ยง โต๊ะจีน	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จักแนะนำ	307	29.3
เคยใช้บริการมาก่อน	251	24.0
สื่อโฆษณา/ สิ่งพิมพ์ต่างๆ	220	21.0
เว็บไซต์หรือช่องทางออนไลน์ของทางร้าน	270	25.8
รวม	1,048	100.0

หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านให้บริการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จากคนรู้จักแนะนำ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ เว็บไซต์หรือช่องทางออนไลน์ของทางร้าน จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และรองลงมาคือ เคยใช้บริการมาก่อน จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามความต้องการเพิ่มเติมในการจัดงานเลี้ยงโต๊ะจีน

ต้องการเพิ่มเติมในการจัดงานเลี้ยงโต๊ะจีน	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์จัดเลี้ยงที่สวยงาม	285	24.2
ดนตรีและบริการเสริมต่างๆ	269	22.9
เครื่องหมายการันตีรสชาติและกระบวนการปรุงที่ปลอดภัย	306	26.0
มีมาตรฐานรองรับคุณภาพและความสะอาดจากทางภาครัฐ	317	26.9
รวม	1,177	100.0

หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการเพิ่มเติมในการจัดงานเลี้ยงโต๊ะจีนเรื่องมาตรฐานรองรับคุณภาพและความสะอาดจากทางภาครัฐ จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาคือ เครื่องหมายการันตีรสชาติและกระบวนการปรุงที่ปลอดภัย จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และรองลงมาคือ อุปกรณ์จัดเลี้ยงที่สวยงาม จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ



1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการธุรกิจ การ จัดเลี้ยงโต๊ะจีนและเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดนครปฐม ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. ความสะอาด สดใหม่ ถูกสุขอนามัย	4.53	.624	มากที่สุด
2. รสชาติของอาหาร	4.51	.656	มากที่สุด
3. ความหลากหลายของประเภทอาหาร	4.42	.685	มากที่สุด
4. ปริมาณอาหาร	4.48	.664	มากที่สุด
5. มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสม	4.35	.721	มากที่สุด
รวม	4.46	.423	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะอาด สดใหม่ ถูกสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร ($\bar{X} = 4.51$) และรองลงมาคือปริมาณอาหาร ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. มีการแสดงราคาต่อจำนวนโต๊ะ อย่างชัดเจนในการติดต่อจัดงาน	4.44	0.64	มากที่สุด
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหารและคุณภาพวัตถุดิบ	4.52	0.61	มากที่สุด
3. ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับร้านอาหารทั่วไป	4.45	0.65	มากที่สุด
4. มีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ	4.52	0.61	มากที่สุด
รวม	4.48	0.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 23 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (Price) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหารและคุณภาพวัตถุดิบและมีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ จำนวนเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ ร้านอาหารทั่วไป ($\bar{X} = 4.45$) และรองลงมาคือมีการแสดงราคาต่อจำนวนโต๊ะ อย่างชัดเจนในการติดต่อจัดงาน ($\bar{X} = 4.44$) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1.ช่องทางการติดต่อของร้านมีหลากหลายช่องทางและมีความน่าเชื่อถือ	4.45	0.63	มากที่สุด
2.สามารถค้นหาหรือติดต่อร้านอาหารได้ง่าย	4.49	0.62	มากที่สุด
3.มีความสะดวกในการสั่งซื้อล่วงหน้าหรือซื้อผ่านทางออนไลน์	4.39	0.69	มากที่สุด
4. มีสื่อสังคม (social media) ของร้าน ทั้งเพจ เว็บไซต์ Line@ ให้ติดตามข่าวสารได้	4.37	0.68	มากที่สุด
รวม	4.43	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 24 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าสามารถค้นหาหรือติดต่อร้านอาหารได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาคือช่องทางการติดต่อของร้านมีหลากหลายช่องทางและมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.45$) และรองลงมาคือมีความสะดวกในการสั่งซื้อล่วงหน้าหรือซื้อผ่านทาง ออนไลน์ ($\bar{X} = 4.39$) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แจก แคม ในช่วงเทศกาล	4.41	0.70	มากที่สุด
2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านเว็บไซต์ ช่องทางออนไลน์และการออกบูธ	4.37	0.69	มากที่สุด
3. การนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น จำนวนโต๊ะที่เหมาะสมกับขนาดงาน จำนวนคน	4.44	0.70	มากที่สุด
4. มีรายการอาหารพิเศษในวันสำคัญหรือเทศกาล	4.46	0.72	มากที่สุด
รวม	4.42	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 25 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีรายการอาหารพิเศษในวันสำคัญหรือเทศกาล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือการนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น จำนวนโต๊ะที่เหมาะสมกับขนาดงาน จำนวนคน ($\bar{X} = 4.44$) และรองลงมาคือ มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แจก แคม ในช่วงเทศกาล ($\bar{X} = 4.41$) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร (People)

ด้านบุคลากร (People)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1.พนักงานแต่งกายสะอาด	4.48	0.65	มากที่สุด
2.พนักงานมีความสุภาพ กระตือรือร้น และเต็มใจ ให้บริการ	4.52	0.64	มากที่สุด
3.มีพนักงานเพียงพอ ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง	4.51	0.62	มากที่สุด
4. พนักงานมีความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ	4.37	0.73	มากที่สุด
รวม	4.47	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 26 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร (People) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าพนักงานมีความสุภาพ กระตือรือร้น และเต็มใจ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือมีพนักงานเพียงพอ ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 4.51$) และรองลงมาคือพนักงานแต่งกายสะอาด ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1.มีขั้นตอนการให้บริการที่เป็นระบบ	4.49	0.63	มากที่สุด
2.มีการจัดเสิร์ฟอาหารอย่างเหมาะสมกับเวลา เป็น ตามลำดับอาหาร แยกเป็นหมวดหมู่	4.47	0.66	มากที่สุด
3.มีพนักงานให้คำแนะนำ ด้านอาหารและการใช้บริการ	4.40	0.70	มากที่สุด
4. มีการให้บริการแบบครบวงจรในการจัดงาน	4.44	0.68	มากที่สุด
รวม	4.45	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 27 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีขั้นตอนการให้บริการที่เป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาคือมีการจัดเสิร์ฟอาหารอย่างเหมาะสมกับเวลา เป็นตามลำดับอาหาร แยกเป็นหมวดหมู่ ($\bar{X} = 4.47$) และรองลงมาคือมีการให้บริการแบบครบวงจรในการจัดงาน ($\bar{X} = 4.44$) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. มีการจัดสรรพื้นที่ระยะห่างระหว่างโต๊ะเหมาะสมสำหรับขนาดพื้นที่งาน	4.45	0.68	มากที่สุด
2. อุปกรณ์เครื่องครัว และของใช้ในร้านมีความสะอาด	4.49	0.66	มากที่สุด
3. มีการตกแต่งโต๊ะและเก้าอี้รวมถึงอุปกรณ์ในการรับประทานอาหารสวยงาม	4.48	0.65	มากที่สุด
รวม	4.47	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 28 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอุปกรณ์เครื่องครัว และของใช้ในร้านมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาคือมีการตกแต่งโต๊ะและเก้าอี้รวมถึงอุปกรณ์ในการ รับประทานอาหารสวยงาม ($\bar{X} = 4.48$) และรองลงมาคือมีการจัดสรรพื้นที่ระยะห่างระหว่างโต๊ะเหมาะสม สำหรับขนาดพื้นที่งาน ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1.หากมีรายการอาหารโต๊ะจีนและเครื่องดื่มที่เป็น ทางเลือกอาหารเพื่อสุขภาพ ท่านจะใช้บริการหรือไม่	4.23	0.76	มากที่สุด
2.หากมีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย ชนิด มากขึ้น ท่านจะใช้บริการหรือไม่	4.43	0.67	มากที่สุด
3.ถ้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ท่านจะใช้บริการ	4.47	0.63	มากที่สุด
4.ถ้ามีมาตรฐานในการกำหนดราคาและระบุราคาที่ ชัดเจน ท่านจะใช้บริการหรือไม่	4.49	0.58	มากที่สุด
5.ถ้าราคามีความแตกต่างจากคู่แข่ง ท่านจะใช้บริการ	4.35	0.70	มากที่สุด
6.หากมีความสะอาดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ท่านจะใช้บริการ	4.50	0.62	มากที่สุด
7.ถ้ามีการให้ส่วนลด ท่านจะใช้บริการ	4.50	0.71	มากที่สุด
8.ถ้ามีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ท่านจะใช้บริการ	4.34	0.71	มากที่สุด
9.ถ้ามีการทดลองให้ชิมอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ท่านจะ ใช้บริการ	4.42	0.67	มากที่สุด
10.หากพนักงานมีความกระตือรือร้น ยินดีให้บริการ ท่าน จะใช้บริการ	4.49	0.62	มากที่สุด
11.หากพนักงานมีความเชี่ยวชาญในด้านบริการ ท่านจะใช้ บริการ	4.50	0.63	มากที่สุด
12.หากมีการแต่งกายของพนักงานสะอาดเรียบร้อย ท่าน จะใช้บริการ	4.45	0.66	มากที่สุด
13.หากภาชนะบรรจุอาหารในงานเลี้ยงมีความสวยงาม ท่าน จะใช้บริการ	4.40	0.67	มากที่สุด
14.หากมีการจัดโต๊ะอาหารและสถานที่ที่มีความสวย งาม ท่าน จะใช้บริการ	4.47	0.64	มากที่สุด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
15.หากมีการให้บริการที่มีมาตรฐานและสะดวกรวดเร็ว ท่านจะใช้บริการ	4.53	0.61	มากที่สุด
16.หากมีความพร้อมของอุปกรณ์จัดเลี้ยงและการให้บริการ ท่านจะใช้บริการ	4.49	0.63	มากที่สุด
17.หากมีบริการมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตาม ความต้องการของลูกค้า ท่านจะใช้บริการ	4.58	0.57	มากที่สุด
รวม	4.45	0.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 29 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หากมีบริการมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตาม ความต้องการของลูกค้า จะใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมาคือ หากมีการให้บริการที่มีมาตรฐานและสะดวกรวดเร็ว จะใช้บริการ ($\bar{X} = 4.53$) และรองลงมาคือหากมีความสะอาดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ท่านจะใช้บริการ, ถ้ามีการให้ส่วนลด ท่านจะใช้บริการและหากพนักงานมีความเชี่ยวชาญในด้านบริการ ท่านจะใช้ บริการ มีจำนวนเท่ากัน ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

1.5 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ศึกษาหาความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรที่ทำการศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการตลาดเพื่อให้นำไปสู่การตัดสินใจในการใช้บริการในอนาคต ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	1.552	0.176		8.801	0.000	
1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.076	0.043	0.093	1.771	0.077	1.853
2.ด้านราคา (Price)	0.181	0.043	0.221	4.202	0.000*	1.862
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.169	0.038	0.223	4.495	0.000*	1.658
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.031	0.035	0.043	0.869	0.386	1.677
5.ด้านบุคลากร (People)	0.146	0.041	0.184	3.529	0.000*	1.834
6.ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	0.025	0.040	0.034	0.626	0.532	1.992
7.ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	0.023	0.041	0.030	0.551	0.582	1.958
R = 0.645 R ² = 0.416 Adjusted R ² = 0.405 Std. Error of Estimate = 0.26521						

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ได้แก่ $y = 1.552 + 0.076P_1 + 0.181P_2 + 0.169P_3 + 0.031P_4 + 0.146P_5 + 0.025P_6 + 0.023P_7$

F = 39.863 P-Value รวม = <0.001

จากตารางที่ 30 การวิเคราะห์ พบว่าเมื่อพิจารณาพร้อมกับค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัว พบว่ามีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาสัมพันธ์กัน จึงนำไปสู่การทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยวิธีวิเคราะห์ ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านราคา (Price) (Sig. = 0.000) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (Sig. = 0.000) และด้านบุคลากร (People) (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถเขียนเป็นรูปแบบสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้

Y การนิยมงานที่มีความหมาย = 1.552 + 0.181 (ด้านราคา) + 0.169 (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) + 0.146 (ด้านบุคลากร)

ส่วนปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 2 การศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน ผลการวิจัย พบว่า สำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน จากวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครปฐมที่สามารถนำมาใช้ประกอบอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ แบ่งเมนูตามประเภทของรูปแบบการเสิร์ฟของการทานอาหารโต๊ะจีน จากการศึกษากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นักโภชนาการ เชฟ นักวิชาการด้านอาหาร บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ เจ้าของธุรกิจอาหารโต๊ะจีน บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีน และออร์แกนไนซ์ที่ใช้บริการธุรกิจอาหารโต๊ะจีน ทั้งหมด 14 ราย โดยได้แสดงข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 31 ตารางแสดงข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ลำดับ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก	วันที่ให้สัมภาษณ์
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1	นักวิชาการด้านอาหาร	8 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2	นักวิชาการด้านอาหาร	5 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3	เชฟ	3 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4	เชฟ	4 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5	นักโภชนาการชำนาญการ	9 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6	นักโภชนาการชำนาญการ	10 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7	เจ้าของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน	16 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8	เจ้าของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน	17 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9	บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ	12 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10	บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ	13 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11	ออแกไนซ์เซอร์	15 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12	ออแกไนซ์เซอร์	16 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13	บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีน	17 มี.ค. 2567
ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14	บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีน	18 มี.ค. 2567

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามที่แสดงในตารางที่ 31 พบว่า จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตรอบลุ่มในพื้นที่ภาคกลางและเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบ ทำให้มีวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีคุณภาพมากมาย ทั้งแหล่งเพาะปลูกพืชทางการเกษตร แหล่งทำฟาร์มสุกร นอกจากนี้ นครปฐมยังพบผู้ป่วยที่มีปัญหาความหวาน, ความดัน, โรคหัวใจและผู้สูงอายุเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้มีผู้ที่ตระหนักถึงสุขภาพและรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกรายการอาหารจำนวน 33 รายการ แยกตามหลักการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และมีการปรับให้เป็นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ดังนี้

1. ทำจากวัตถุดิบที่ทำได้จากในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ทั้งเนื้อปลา เนื้อหมู ผักพืชสมุนไพร และผลไม้อย่างส้มโอและมะพร้าวน้ำหอม
2. มีการเพิ่มปริมาณเนื้อสัตว์และปริมาณผักที่มากขึ้นใน 1 จานอาหารและในเมนูที่มีการเสิร์ฟลำดับแรกจะเป็นเมนูที่ประกอบไปด้วยผักเป็นส่วนประกอบหลัก เนื่องจากผักจะขัดขวางการดูดซึมไขมันและน้ำตาลในเลือด
3. มีการใช้วัตถุดิบที่มีความสดใหม่เพื่อช่วยในการลดปริมาณเครื่องปรุงและมีการปรับลดการใช้เครื่องปรุงให้เป็นรายการอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น การลดโซเดียมในเครื่องปรุงรส

เค็ม และการใช้น้ำตาลที่ให้พลังงานต่ำจากเดิมเป็นน้ำตาลทรายเปลี่ยนมาเป็นน้ำตาลมะพร้าวเนื่องมิตซ์นีน้ำตาลต่ำ โดยหลีกเลี่ยงสารให้ความหวานมาใช้เนื่องจากมีราคาสูงและอาจส่งผลข้างเคียงต่อผู้ทานและงดการไม่ใช้ผงชูรส

4. ลดการใช้น้ำมันและปริมาณไขมันในส่วนประสมให้น้อยลง ปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้ทอดเป็นน้ำมันรำข้าว ซึ่งประกอบไปด้วยวิตามินอี สารต้านอนุมูลอิสระ โทโคไตรอีนอล โอโรซานอล และสเตอรอล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อร่างกายและ
5. ในแต่ละเมนูมีการใช้วัตถุดิบหรือสมุนไพรซึ่งมีสรรพคุณทางยาสำหรับการบำรุงร่างกาย โดยแต่ละรายการที่มีการปรับสำรับเพื่อให้เป็นรายการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ มีการให้ความสำคัญของความหมายในแต่ละเมนู ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“สิ่งที่คนต้องคาดหวังในเรื่องของอาหารโต๊ะจีน คือ ความเป็นมงคลที่เกี่ยวกับงานมงคลที่กำลังจัดเลี้ยง เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานมงคล ดังนั้นอาหารที่นึกถึงจะสอดคล้องกับงานเหล่านี้ และพอเป็นงานเฉลิมฉลองจะคาดหวังให้มีเมนูพรีเมียมไม่ใช่เมนูที่ได้ทานทุกวัน เมนูที่แสดงถึงความหรูหราและสื่อถึงความเอาใจใส่แขกของเจ้าของงานที่เลี้ยงดูปูเสื่ออย่างดี” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 2567)

ข้อมูลของนักโภชนาการชำนาญการ เพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาโท อายุ 55 ปี สถานที่ตั้งโรงพยาบาลนครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม

“นครปฐม พบผู้ป่วยที่มีปัญหาความหวานและความดัน โรคหัวใจเยอะมาก มีเข้ามารักษาทุกวัน เวลาที่เราไปกินโต๊ะจีน แป้งจะมาที่หลังสุดและเนื้อสัตว์และของทอดจะมาก่อน แต่เราห้ามคนไม่ให้กินของที่ชอบลำบาก ดังนั้นควรให้กินของที่มีประโยชน์ก่อน เริ่มต้นด้วย ผัก ก่อน เนื่องจากผักจะไปขัดขวางกระบวนการในการดูดซึมไขมัน และกระบวนการดูดซึมน้ำตาลในเลือด ซึ่งพื้นที่ในลำไส้ป้องกันการดูดซึมสารอันตรายต่างๆ”

โดยรายการอาหารที่ได้จากการบูรณาการความรู้ผ่านการสัมภาษณ์ นำจัดทำขึ้นมาเป็นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีนจากวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครปฐม ดังนี้

ตารางที่ 32 เมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน จากวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครปฐมที่สามารถนำมาใช้ประกอบอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ แบ่งเมนูตามประเภทของรูปแบบการเสิร์ฟของการทานอาหารโต๊ะจีน

ประเภทของรูปแบบการเสิร์ฟของการทานอาหารโต๊ะจีน	เมนูอาหารที่แนะนำ	วัตถุดิบขึ้นชื่อของจังหวัดนครปฐม
<p>อาหารเรียกน้ำย่อย</p> <p>จะมีการเสิร์ฟลำดับแรก นำเสนอเมนูที่ประกอบไปด้วยผักเป็นส่วนประกอบหลัก เพื่อช่วยลดอัตราการดูดซึมน้ำตาลและไขมัน</p>	<p>เมนูประเภทยำ : ยำผลไม้ใส่มะพร้าวคั่ว , ยำส้มโอ , ยำมะเขืออย่างใส่กุ้ง , ยำถั่วพู</p> <p>- ถั่วอบ (ลดการใช้น้ำมันในการทอด)</p> <p>- ซัลซ่ากุ้ง (กุ้งลวกนำมาสับใส่ซิง)</p> <p>ให้วิตามินเอสูง อีกทั้งยังให้พลังงานโคเลสเตอรอลและไขมันต่ำ วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นผักผลไม้</p>	<p>ส้มโอ เป็นของขึ้นชื่อและอยู่ในคำขวัญประจำจังหวัด</p> <p>- สามารถทำได้ง่าย - -</p> <p>- ช่วยลดการใช้เครื่องปรุงรสเปรี้ยว</p>
<p>อาหารจานร้อน</p>	<p>ประเภทปรุงจากสัตว์ปีก และผัก</p> <p>- เมี่ยงเปิด ไก่หนังสมุนไพร เบ็ดตุ๋น (ทดแทนขาหมูทอด)</p> <p>- ผัดผักรวมมิตร ผัดผักรวมมิตรหอยแปดเขียนสด (อาจนำเสนอในรูปแบบสลัดโรล)</p> <p>ประเภทปรุงจากเนื้อปลา</p> <p>- ปลานึ่งสมุนไพร ปลากระพงลวกจิ้ม ปลากระพงนึ่งมะนาว ลาบปลา หัวปลาต้มเผือก ปลาทับทิมนึ่งซีอิ๊ว : ไขมันในปลาประกอบด้วย กรดไขมันที่ให้ประโยชน์</p> <p>ประเภทซूप เน้นเป็นซूपใส</p> <p>- กระดุกหมูต้มมะพร้าวอ่อน ไก่บ้านต้มมะพร้าวอ่อนหรือต้มยำมะพร้าวอ่อน (ใช้น้ำมะพร้าวมาเป็นวัตถุดิบหลักในการทำน้ำซूप)</p> <p>- ซุปเห็ดไผ่ กระดุกหมูตุ๋นผักกาดทอง ซุปเสฉวน ต้มจืดเห็ดหอม</p> <p>- แกงเลียงนพเก้า เกสรบัวหลวง แกงส้มผักระเฉด</p>	<p>น้ำตาลมะพร้าว</p> <p>- ใช้ในการปรุงรสหวาน มีดัชนีน้ำตาลต่ำ</p> <p>ปลา จากแม่น้ำท่าจีน</p> <p>เกสรบัวหลวงและเนื้อหมู วัตถุดิบขึ้นชื่อและหาได้ง่ายในจังหวัดนครปฐม</p> <p>มะพร้าวน้ำหอม จากอำเภอนครชัยศรีและอำเภอสามปราน</p>

ประเภทของรูปแบบการเสิร์ฟของการทานอาหารโต๊ะจีน	เมนูอาหารที่แนะนำ	วัตถุดิบขึ้นชื่อของจังหวัดนครปฐม
อาหารจานหลัก	<p>อาหารประเภททอดหรือผัด : ข้าวผัดรวมมิตร ีญ่พิซ</p> <p>ประกอบด้วยผักและธัญพืชต่างๆ รวมถึงไข่และเนื้อสัตว์ ซึ่งเป็นแหล่งของวิตามินเอและธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไข่ข้าว กข.43 ซึ่งเป็นข้าวขาวที่มีดัชนีน้ำตาลต่ำ เป็นข้าวที่มีลักษณะหอมและนุ่ม คล้ายข้าวขาวผสมข้ามหอมมะลิ และราคาไม่สูงมากทำให้ไม่กระทบกับผู้ประกอบการที่ยังดีต่อสุขภาพ - ลดการใช้น้ำมันและปริมาณไขมันในส่วนประสมให้น้อยลง ปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้เป็นน้ำมันรำข้าว ซึ่งประกอบไปด้วยวิตามินอี 	พืชผัก จากเกษตรกรในพื้นที่
อาหารหวาน	<ul style="list-style-type: none"> - ผลไม้จานรวม - เมนูขนมจากมะพร้าว : วุ้นมะพร้าว , พุดดิ้งถั่ว 5 สีมะพร้าวอ่อน ใช้น้ำมะพร้าวโดยไมใส่น้ำตาลและมีส่วนผสมของถั่ว 5 สี - เมนูที่ใช้น้ำหล่ออังก๋วยแทนน้ำหวาน : เจลลี่น้ำจับเลี้ยงใส่แปะก๊วย , ลำไยเต้าทึง , วุ้นลูกตาล , เต้าฮวยมะตูม 	ลูกตาล

จากตารางที่ 32 แสดงเมนูอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อจัดเป็นสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีนโดยมีคุณค่าทางสารอาหารและประโยชน์ต่อร่างกายรวมถึงเป็นรายการอาหารที่สื่อความหมายเป็นมงคลซึ่งเป็นเมนูที่ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วยนักโภชนาการ เชฟ นักวิชาการด้านอาหาร บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ เจ้าของธุรกิจอาหารโต๊ะจีน บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีนและออกแก๊นซ์เซอร์ทำการนำเสนอและเห็นด้วย รวมถึงมีความเป็นไปได้ที่จะมาปรับใช้ในการจัดเลี้ยงในธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ยกตัวอย่างรายการอาหาร เช่น

อาหารเรียกน้ำย่อย : มีการเสิร์ฟลำดับแรกซึ่งจะนำเสนอเมนูที่ประกอบไปด้วยผักเป็นส่วนประกอบหลักก่อนเพื่อลดอัตราการดูดซึมน้ำตาลและไขมัน

- เมนูยำ : ให้วิตามินเอสูง อีกทั้งยังให้พลังงานโคเลสเตอรอลและไขมันต่ำ ประกอบด้วยหอมแดงช่วยในการขับเสมหะ และวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นผักผลไม้ หากมีการใช้ส้มโอเป็นวัตถุดิบนอกจากจะหาได้ง่ายในจังหวัดนครปฐม ยังช่วยลดการใช้เครื่องปรุง ใช้ความเปรี้ยวจากส้มโอได้อีกด้วย

“ยาที่ไม่ต้องมีไขมัน ให้ความสดชื่นและดีต่อร่างกาย เป็นการเพิ่มไฟเบอร์และปริมาณวิตามิน เช่น ยำกุ้งสดใสยอดผัก นำส้มโอของขึ้นชื่อมาใส่ได้ด้วย เป็นยำส้มโอ ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 2567)

อาหารจานร้อน แบ่งเป็น ประเภทปรุงจากสัตว์ปีกและผัก ประเภทปรุงจากเนื้อปลา และประเภทซूप

1. ประเภทปรุงจากสัตว์ปีกและผัก
 - ผัดผักรวมมิตร ผัดผักน้ำมันหอยแปดเซียน และเมนูสลัด ช่วยเพิ่มระบบภูมิคุ้มกันและช่วยต่อต้านการติดเชื้อโรค โดยได้วิตามินเอจากผักและใยอาหารช่วยทำให้ระบบขับถ่ายทำงานได้เป็นปกติ
2. ประเภทปรุงจากเนื้อปลา
 - ปลาึ่งสมุนไพร ปลากระพงลวกจิ้ม ปลากระพงนึ่งมะนาว ลาบปลา หัวปลาต้มเผือก ปลาทับทิมนึ่งซีอิ๊ว เนื่องจากปลาเป็นอาหารที่มีไขมันต่ำ ย่อยง่าย ซึ่งไขมันในปลาประกอบด้วย กรดไขมันที่ให้ประโยชน์ที่ 2 ชนิด คือ อีพีเอ (Eicosapentaenoic acid) ช่วยลดไขมันในเลือดพร้อมป้องกันการอุดตันของหลอดเลือด และดีเอชเอ (Docosahexaenoic acid) ให้คุณประโยชน์เป็นส่วนประกอบของเซลล์สมอง ได้สารโปรตีนจากเนื้อปลา และมีเครื่องสมุนไพรต่างๆที่มีสรรพคุณทางยาสำหรับการบำรุงร่างกาย
3. ประเภทซूप ทำเป็นซूपประเภทซूपใส ประกอบไปด้วยเครื่องเทศและสมุนไพร และมีการปรับใช้น้ำมันมะพร้าวที่เป็นของขึ้นชื่อจังหวัดนครปฐมมาเป็นส่วนประกอบในน้ำซूप ช่วยในการลดการใช้เครื่องปรุง เนื่องจากเมนูที่เป็นน้ำซूपจะมีปริมาณโซเดียมที่เยอะและมีการใส่ผงชูรสหรือผงปรุงรสปริมาณมาก โดยมีตัวอย่างคุณประโยชน์ของแต่ละเมนู ตัวอย่างเช่น

- ต้มจืดผักกาดทอง เนื่องจากผักกาดทองที่ประกอบไปด้วยเส้นใยอาหาร มีวิตามินเอ, วิตามินเค โพแทสเซียมและมีจุลินทรีย์โพรไบโอติกส์ ซึ่งเป็นแบคทีเรียที่มีประโยชน์ ช่วยเสริมการทำงานของแบคทีเรียในลำไส้ ช่วยให้ระบบย่อยอาหารดีขึ้น
- แกงเลี้ยงนพเก้าเกษตรบัวหลวง ประกอบด้วย ผัก 9 อย่างและเครื่องเทศ ทำให้มีคุณค่าทางอาหารสูง และเป็นเมนูสุขภาพของจังหวัดนครปฐมที่ผ่านเกณฑ์อาหารสุขภาพของกรมอนามัย มีผักเป็นส่วนประกอบค่อนข้างมากและหลากหลายชนิดซึ่งให้ใยอาหารสูง หอมแดงช่วยขับลม ผักต่างๆ ใบแมงลักช่วยขับเหงื่อ แก้วไอ ฟักทองให้วิตามินเอสูง ตำลึง ใบและยอด ให้ธาตุแคลเซียม เหล็ก ฟอสฟอรัส และนำเกษตรบัวหลวงมาใช้เป็นวัตถุดิบ โดยเกษตรบัวหลวงมีสรรพคุณในการบำรุงหัวใจ ปอด และตับ ,กระตุ้นการไหลเวียนเลือด , บำรุงสายตา , ลดระดับน้ำตาลในเลือด ความดันโลหิต , ช่วยเรื่องการนอนหลับ อีกด้วย

อาหารจานหลัก

- ข้าวผัดรวมมิตรธัญพืช มีสีสันสวยงามจากผักและธัญพืชต่างๆ เช่น ข้าวโพด แครอท ถั่วต่างๆ มะเขือเทศ หอมหัวใหญ่ และไข่ซึ่งเป็นโปรตีนชั้นดี รวมถึงเนื้อสัตว์ ซึ่งเป็นแหล่งของวิตามินเอและธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย เพิ่มภูมิคุ้มกัน
- เนื้อสัตว์ที่แนะนำ สามารถใช้ได้หลากหลายแต่ต้องเลือกส่วนที่นำมาใช้ ทั้งเนื้อปลา , กุ้งที่เป็นสัตว์ที่ไขมันต่ำ , เนื้อหมูใช้ส่วนเนื้อแดงหรือส่วนที่ไม่ติดมันมากเกินไป , เนื้อไก่ใช้ในส่วนของอก และไข่ ซึ่งเป็นโปรตีนคุณภาพดี
- ใช้ข้าว กข.43 ซึ่งเป็นข้าวขาวที่มีดัชนีน้ำตาลต่ำ เป็นข้าวที่มีลักษณะหอมและนุ่ม คล้ายข้าวขาวผสมข้ามหอมมะลิ และราคาไม่สูงมากทำให้ไม่กระทบกับผู้ประกอบการทั้งยังดีต่อสุขภาพ รวมถึงลดการใช้น้ำมันและปริมาณไขมันในส่วนประสมให้น้อยลง ปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้เป็นน้ำมันรำข้าว ซึ่งประกอบไปด้วยวิตามินอี สารต้านอนุมูลอิสระ โทโคไตรอีนอล โอลิซานอล และสเตอรอล โดยมีรายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ของทอด เปลี่ยนจากการทอดเป็นการอบ เช่น แป้งทอดเปลี่ยนเป็นแป้งอบ หรือจากเดิมที่มีการทอดในน้ำมันปาล์ม จะเกิดสารตกค้างในร่างกาย เปลี่ยนไขมันเป็นสารพิษ อาจเปลี่ยนเป็นน้ำมันรำข้าวเป็นไขมันที่ไม่ทำร้ายร่างกาย ทางที่ดีที่สุดคือใช้น้ำมันแต่น้อย ลดปริมาณการใช้” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 2567)

“ข้าวผัด อาจจะทำให้การเปลี่ยนเป็นข้าวกล้องหรือข้าวไม่ขัดสี ข้าวที่มีปริมาณน้ำตาลต่ำๆ เช่น ข้าวทางเลือก ข้าวกล้องแต่ถ้านำมาผสมได้เนื่องจากมาแทนเลยอาจจะไม่ถูกปาก โดยทำการผสม 1:1

สลัด โดยอาจนำเสนอในรูปแบบสลัดโรล , เมนูจากเนื้อปลา เมนูที่เสนอคือ ปลาหนึ่งสมุนไพโร ปลากระพงลวกจิ้ม ปลากระพงนึ่งมะนาว ลาบปลา หัวปลาท้มเผือก ปลาทับทิมนึ่งซีอิ๊ว , เมนูประเภทซูป กระดุกหมูต้มมะพร้าวอ่อน ไก่บ้านต้มมะพร้าวอ่อนหรือต้มยำมะพร้าวอ่อน ซุปเยื่อไผ่ ผักโขมไข่พันปี กระดุกหมูตุ๋นผักกาดดอง ซุปเสฉวน ต้มจืดเห็ดหอม แกงเลียงนพเก้าเกษตรบัวหลวง และแกงส้มผักกระเฉด

ลำดับที่ 3 อาหารจานหลัก เมนูที่เสนอคือ ข้าวผัดรวมมิตรธัญพืช ที่มีการใส่เนื้อ โปรตีนและผักเพิ่มต่อปริมาณคาร์โบไฮเดรตและใช้ข้าว กข.43 ซึ่งเป็นข้าวขาวที่มีดัชนีน้ำตาลต่ำ

ลำดับที่ 4 อาหารหวาน เมนูที่เสนอคือ ผลไม้จานรวม , เมนูขนมจากมะพร้าว เช่น วุ้นมะพร้าว พุดดิ้งถั่ว 5 สีมะพร้าวอ่อน ซึ่งเป็นการใช้น้ำมะพร้าวแทนการใช้น้ำตาล , เมนูที่ใช้ น้ำหล่อ อังก้วยแทนน้ำหวาน เช่น เจลลีนน้ำจืดเลี้ยงใส่แปะก๊วย ลำไยเต้าทึง วุ้นลูกตาล และเต้าฮวยมะตูม

ตอนที่ 3 การสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม โดยการสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม เมื่อนำผลจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านราคา (Price) (Sig. = 0.000) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (Sig. = 0.000) และด้านบุคลากร (People) (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหากนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพมาใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและเพิ่มแนวโน้มการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม และผลการจากศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน พบว่าผู้คนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับเพิ่มเมนูอาหารเพื่อสุขภาพลงในเมนูอาหารเพื่อเป็นทางเลือกที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค ลูกค้าสามารถเลือกเมนูอาหารเพื่อสุขภาพมาแทนเมนูเดิมตามความต้องการของตนเอง โดยเมนูอาหารเพื่อสุขภาพมีความหลากหลาย ทั้งอาหารเรียกน้ำย่อย อาหารจานร้อน อาหารจานหลักและอาหารหวาน และในทุกเมนูอาหารเป็นการนำวัตถุดิบที่หาได้ในจังหวัดนครปฐม เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้นทั้งลูกค้าที่ชื่นชอบอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้ที่ดูแลสุขภาพหรือกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุและเป็นกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนเนื่องจากใช้วัตถุดิบในพื้นที่ โดยนำผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ทั้งข้อ 1 และข้อ 2 มาบูรณาการณสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 2 ประเด็นย่อยดังนี้

3.1 แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน

แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีนมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากปัจจุบันจากการระบาดของโรคและสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ปัจจุบัน เนื่องจากโรคระบาดทำให้คนหันมารักสุขภาพมากขึ้น อาหารสุขภาพอยู่ในเทรนด์ตลอดแต่มันเป็นทางเลือก เลือกราคาต้นทุน ราคาขายจะสูงกว่าเสมอ ทำให้คนที่เข้าถึงอาหารสุขภาพแบบพร้อมใช้ มีค่าใช้จ่ายที่มากกว่า ทำให้คนที่ยังไม่พร้อมไม่สามารถเข้าถึงได้ไม่สม่ำเสมอเหมือนคนที่มีการสั่งซื้อ ดังนั้น การทำให้อาหารสุขภาพมีราคาถูกลง อาจจะทำให้คนสนใจสุขภาพมากขึ้น โดยไม่ต้องเป็นของแพง ไม่ต้องนำเข้า เนื่องจากอาหารไทยมีวัตถุดิบจำนวนมากที่สามารถนำมาทำให้อร่อยและถูกกว่า โดยกำจัดจุดด้อยว่าอาหารสุขภาพคืออาหารที่ไม่อร่อย” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 2567)

“แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะต่อเนื่องไปในระยะยาว เนื่องจากปัจจุบันคนรับรู้เรื่องการบริโภค ทำให้คนที่ตระหนักมากขึ้น รวมถึงการรับรู้ข้อมูลที่ทำได้รวดเร็วและกว้างขวาง ทำให้ผู้คนเข้าใจในการบริโภคมากขึ้น เช่น ทำไมเราถึงควรลดน้ำตาล ลดโซเดียม และไม่ควรงินไขมัน ผู้คนที่อยากมีอายุยืนจะเลือกหาอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 2567)

“ขึ้นอยู่กับพื้นที่ หากในพื้นที่มีคนที่คุณแลสุขภาพ จะสามารถยืนยาวได้ แต่หากอยู่ในพื้นที่ที่คนไม่ได้สนใจ และอาหารสุขภาพมีราคาที่ยังสูง อาจจะเป็นเพียงแคตามกระแส” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 2567)

“การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ได้อย่างยาวนาน เนื่องจากคนที่เริ่มมีปัญหาสุขภาพ จะเริ่มมองหาอาหารสุขภาพ ปัจจุบันคนอายุน้อยเริ่มมีปัญหาสุขภาพมากขึ้นเนื่องจากอาหารการกินในปัจจุบัน” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 2567)

“แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจะต่อเนื่องไปในระยะยาว คนหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นในปัจจุบัน มีการออกกำลังกายมากขึ้นและมีการหาวิถีดูแลสุขภาพที่เหมาะสมกับตัวบุคคลมากขึ้น เพราะอยากให้ตัวเองแข็งแรงและได้ใช้ชีวิตตามที่ตัวเองต้องการ เลยหาทางดูแลตัวเองแต่อาจจะต้องอาศัยการตลาด ช่วยให้คุณเข้าใจและเข้าถึงมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 2567)

“หากมีการจัดขึ้น จะเกิดเป็นกระแสใหม่ สร้างชื่อเสียงให้กับผู้จัด มีคนพูดถึงงานโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ คนที่มาร่วมงานก็จะรู้สึกว่าเป็นโต๊ะจีนที่ใส่ใจ เป็นโต๊ะจีนที่ดีต่อผู้กิน ผู้จัดงานยอมจ่าย มันเหมือนผู้จัดงานให้คุณค่ากับผู้ร่วมงาน มอบสิ่งดีๆกับคนที่มางานเรา อนาคตข้างหน้า คิดว่าคนจะกลัวเป็นมะเร็งเยอะ คนจะเริ่มกลัวของที่เป็นอันตราย หากมีโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพเป็นทางเลือก คนอาจจะสนใจ เหมือนเวลาไปคาเฟ่” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 2567)

พบว่า กระแสของอาหารสุขภาพจะมีแนวโน้มอยู่ต่อเนื่องระยะยาว เนื่องจากปัจจุบันผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง เกิดการตระหนักถึงปัญหาสุขภาพมากขึ้น ทำให้หัน

มารักษาสุขภาพและศึกษาเรื่องการบริโภคมากขึ้น รวมไปถึงการหันมาดูแลสุขภาพ ป้องกันร่างกายไม่ให้เกิดโรค เช่น ไม่ควรรับประทานน้ำตาลที่มากเกินไป ลดการรับประทานโซเดียม และรับรู้ถึงอันตรายในการทานไขมันที่ไม่ดี ผู้คนที่อยากมีอายุยืนหาวิธีการในการดูแลสุขภาพ มีการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันคนอายุน้อยเริ่มมีสุขภาพมากขึ้นเนื่องจากอาหารการกินในปัจจุบัน ทำให้แนวโน้มของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีนมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ด้วยปัจจัยหลายด้าน เช่น ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือด้านผลิตภัณฑ์ที่ยังมีรสชาติไม่ถูกปาก มีราคาที่สูงและหารรับประทานได้ยาก จึงต้องมีแนวทางในการปฏิบัติและพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

3.2 แนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน

แนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายด้าน โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ภาคตามหน่วยงาน ดังนี้

3.2.1 บทบาทภาครัฐ

3.2.1.1 ในระยะสั้นหน่วยงานภาครัฐควรมุ่งเน้นการส่งเสริมอาหารด้านสุขภาพ และส่งเสริมธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารปลอดภัย โดยอาจมอบรางวัล สร้างแคมเปญหรือมอบเครื่องหมายยืนยันมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค รวมถึงในระยะยาวให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในการขอรับรองร้านอาหารสุขภาพดี สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ซึ่งจากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร (People) (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งการที่หน่วยงานภาครัฐมอบเครื่องมือในการรับรองมาตรฐานนั้น จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพที่มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมั่นใจในด้านมาตรฐาน ความปลอดภัยที่หน่วยงานรัฐมอบให้

3.2.1.2 ในระยะสั้นและระยะยาวหน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนด้านข่าวสารการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนทั่วไปเข้าถึงและเข้าใจว่าอาหารเพื่อสุขภาพไม่ใช่อาหารที่มีรสชาติจืด ไม่อร่อยและมีราคาแพง แต่มุ่งเน้นว่าอาหารเพื่อสุขภาพนั้นคืออาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย สร้างสุขภาพดีในระยะยาว และมีความอร่อย ความสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐาน เพื่อช่วยยกระดับมาตรฐานอาหารเพื่อสุขภาพสู่กลุ่มผู้บริโภคอื่น ๆ ซึ่งสรุปจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ควรมีเครื่องยืนยันว่าเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพจากองค์กรต่างๆ วิธีปรุงสะอาด ความสะอาดในการทำครัว โดยมีการการันตี ทางรัฐบาลมีการรณรงค์ให้เกิดอาหารปลอดภัยเกิดขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 2567)

“ต้องมีวิธีในการประชาสัมพันธ์ เช่น ใช้คำพูดโปรโมท ไม่กินแล้วสุขภาพพังพินาศ หรือกินโตะจีนแล้วสุขภาพดีต่อไปตรวจสุขภาพก็ดีในโรงพยาบาลหรือในพื้นที่อื่นๆ ที่ทำให้คนตระหนักถึงประโยชน์ของอาหารสุขภาพและการทำให้อาหารอร่อยพัฒนาคู่ไปกับอาหารสุขภาพดี รัฐบาลและหน่วยงานสาธารณสุขควรสร้างความเข้าใจในการบริโภคให้กับประชาชนเพิ่มขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 2567)

3.2.2 ด้านสถานประกอบการ

3.2.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารโตะจีน มีการนำเสนอรายการเมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างการรับรู้โดยลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าจะนำเมนูอาหารเพื่อสุขภาพทดแทนเมนูอาหารโตะจีนแบบเดิมได้ เข้าถึงลูกค้าหลากหลายกลุ่มมากขึ้นทั้งผู้ที่รักสุขภาพ ผู้ที่ชื่นชอบการทานอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้สูงอายุและกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบการทดลองใหม่ ๆ ตอบสนองเทรนด์ในปัจจุบันและสังคมผู้สูงอายุที่กำลังเพิ่มมากขึ้น โดยมีแบบให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย รายการอาหารมีความทันสมัยตามเทรนด์ เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่องมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย รูปลักษณ์ และความหมายรวมถึงสีสันทนของอาหาร เพื่อให้เกิดความประทับใจและเกิดการบอกต่อ เนื่องจากในปัจจุบันเทรนด์การสื่อสารในโลกโซเชียลมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับหน้าตาและความสะอาดของอาหาร

3.2.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารโตะจีน ควรมีการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นพนักงานที่ให้บริการ ต้องมีความสะอาด แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สามารถให้ข้อมูลให้กับผู้บริโภคได้ เนื่องจากพนักงานเป็นบุคลากรที่ต้องพบกับลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นการแต่งกายและความสะอาดจึงสะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและแสดงถึงความเป็นมาตรฐาน รวมถึงต้องการในธุรกิจอาหารโตะจีนมีการพัฒนาในด้านความสวยงามมากขึ้นในส่วนของอุปกรณ์ การจัดสถานที่และการแต่งกายของพนักงาน รวมถึงมีการปรับตัวเป็นธุรกิจที่ครบวงจรเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า สร้างความประทับใจและสร้างมาตรฐานที่ดีในกับธุรกิจ

3.2.2.3 ผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมความพร้อมต่อการขอรับรองมาตรฐาน เช่น “อาหารเป็นยา”, “Clean Food Good Taste” ตามนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข โดยจัดทำแนวทางหรือนโยบายที่ชัดเจนในการดำเนินการ และจากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโตะจีนเพื่อ

สุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีแนวทางการพัฒนาในด้าน การตลาดเพื่อเข้าถึงและสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้ามากขึ้น เช่น มีช่องทางการขายในช่องทางออนไลน์ ทำเป็นแพลตฟอร์มเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายรวมถึงการเล่าเรื่องราวที่มาของวัตถุดิบเพื่อให้ผู้บริโภค เข้าถึงอาหารแต่ละเมนูและทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกร่วมในการบริโภค

3.2.2.4 ผู้ประกอบการต้องมีการกำหนดราคาที่สามารถเข้าถึงได้ โดยจากซึ่งจากผล การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบริการด้านราคา (Sig. = 0.000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และจากผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการควบคุมต้นทุนโดยการเพิ่มปริมาณผักให้มากขึ้นทดแทนปริมาณเนื้อสัตว์ที่มีไขมัน โดยไม่ทำให้สูญเสียรสชาติของอาหาร รวมถึงใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากในพื้นที่โดยไม่ต้องเสีย ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เพื่อให้ราคาของอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพสูงจนเกินไป ผู้บริโภคสามารถเข้าถึง ได้และผู้ประกอบการไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงด้านต้นทุนที่มากเกินไป รวมถึงยังเป็นการกระจาย รายได้สู่ชุมชน จากข้อมูลมุมมองของผู้บริโภคที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้บริโภคยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น เพื่อแลกกับสุขภาพที่ดีขึ้นในระยะยาว โดยมีรายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“การเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค มีแนวทางการทำธุรกิจที่ชัดเจนและไม่เหมือนคนอื่น เพราะ ทุกคนรู้สึกว่าได้โต๊ะจีนทุกที่คล้ายๆกัน หากถ้าเราทำให้จุดนี้มาเป็นจุดขายของร้าน จะทำการทำโต๊ะจีน เพื่อสุขภาพประสบความสำเร็จ แต่ต้องพึงการโปรโมทสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 ,2567)

“สามารถเลือกรายการอาหารได้เลย ในปัจจุบันยังไม่มีเจ้าของธุรกิจไหนทำแบบนี้ แล้วถ้ายัง การสร้างการรับรู้ว่าวัตถุดิบมาจากไหน มีเรื่องราว เช่น เป็นการนำผักปลอดสารพิษมาจาก มหาวิทยาลัยเกษตร ที่จังหวัดนครปฐมนะ ให้ 100 คะแนนเลย ถูกใจมาก” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 ,2567)

“ความสะอาด ต้องมีการเน้นอยู่แล้ว เนื่องจากเป็นชื่อเสียงของเราด้วย เช่น ถ้วยชาม จะมีการล้าง ตากและเก็บแพคเข้าสู่บรรจุภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับแต่ละเจ้า แต่ทุกเจ้าเน้นเรื่องความสะอาด” (ผู้ให้ ข้อมูลคนที่ 7 ,2567)

“อยากให้ทุกเจ้าของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน มีเมนูสุขภาพ เช่น ในเมนู 7 อย่าง มีอาหาร สุขภาพ 3 อย่าง และหากเป็นผักปลอดสารพิษ เป็นอาหารปลอดภัย ต่อให้แพงขึ้นกว่า 50% ก็ยัง พิจารณาที่จะซื้อ ถ้ามีวัตถุดิบดี” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 ,2567)

“หากมีเจ้าของธุรกิจที่ทำโต๊ะจีนและมีเมนูให้เลือก โดยมีตัวเลือกเป็นอาหารสุขภาพ สามารถ เลือกรายการอาหารได้เลย ซึ่งในปัจจุบันไม่มีเจ้าของธุรกิจไหนทำแบบนี้ เช่น ออเดิร์ฟแบบธรรมดา , ออเดิร์ฟแบบสุขภาพ ก็อาจจะมียอดเลือกมาทดแทนบางเมนู” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 ,2567)

“ควบคุมมาตรฐานในการเลือกซื้อวัตถุดิบในการใช้ เนื่องจากต้องการผลิตจำนวนมากๆ บางทีอาจจะมีทั้งของสดและไม่สด และขั้นตอนการทำ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ,2567)

“มาตรฐานความสะอาดของการวางอาหารที่ใช้ทำ หรืออาหารที่ทำเสร็จแล้ว ความสะอาดในการหยิบจับอาหาร เช่น การใช้ถุงมือ อาจมีการเปลี่ยนถุงมือบ้าง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 ,2567)

“เรื่องสุขาภิบาลอาหาร ของการประกอบอาหาร บางอย่างเช่น การล้างวัตถุดิบ , การวางของกับพื้น อาจทำให้มีการปนเปื้อน , อุปกรณ์ที่ใช้ การล้างทำความสะอาด และสี้นด้านการจัดแต่งจาน” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 ,2567)



บทที่ 5

สรุปผล อธิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ 2) เพื่อศึกษาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน 3) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ (1) นักโภชนาการ, เชฟ, นักวิชาการด้านอาหาร, บุคคลที่รับประทานอาหารสุขภาพ, เจ้าของธุรกิจอาหารโต๊ะจีน, บุคคลที่รับประทานอาหารโต๊ะจีน และออร์แกนไนซ์ที่ใช้บริการธุรกิจอาหารโต๊ะจีน มีจำนวนทั้งสิ้น 14 คน (2) ประชากรที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพหรือมีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารโต๊ะจีน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีสรุปผลการวิจัย การอธิบายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.3 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 33.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 69.0 ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ ร้อยละ 22.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 23.5

1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน ร้อยละ 98.3 เคยร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน 5 ครั้งหรือมากกว่า ร้อยละ 43.3 เคยจัดงานเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน ร้อยละ 64.3 เคยจัดงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน 1-2 ครั้ง ร้อยละ 53.8 มีโอกาสที่ใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

หรือร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่คืองานจัดเลี้ยงแต่งงาน ร้อยละ 23.0 รับประทานอาหารโต๊ะจีนครั้งล่าสุดมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.5 มีการเลือกรายการอาหารในการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีนเมื่อเป็นผู้จัดงานโดยการเลือกตามเซตเมนูจากทางร้าน ร้อยละ 52.0 แยกผู้ร่วมงานเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่ จำนวน 41-100 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนต่อหัวที่เหมาะสมในราคา 150 - 300 บาท ร้อยละ 24.0 รู้จักร้านให้บริการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจากคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 29.3 มีความต้องการเพิ่มเติมในการจัดงานเลี้ยงโต๊ะจีนเรื่องมาตรฐานรองรับคุณภาพและความสะอาดจากทางภาครัฐ ร้อยละ 26.9

1.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

ผลการวิจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่า ภาพรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อแบ่งตามผลการศึกษาแล้วด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคา (Price) ค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (People) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ค่าเฉลี่ย 4.47 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ค่าเฉลี่ย 4.46 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ค่าเฉลี่ย 4.45 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ค่าเฉลี่ย 4.43 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

1.4 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

ผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ พบว่า ภาพรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อแบ่งตามผลการศึกษาตามรายชื่อ อันดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบริการมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาคือ มีการให้บริการที่มีมาตรฐานและสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.53 พนักงานมีความเชี่ยวชาญในด้านบริการและมีการให้ส่วนลด ค่าเฉลี่ย 4.50 มีความพร้อมของอุปกรณ์จัดเลี้ยงและการให้บริการและพนักงานมีความกระตือรือร้นยินดีให้บริการ มีมาตรฐานในการกำหนดราคาและระบุราคาที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.49 มีการจัดโต๊ะอาหารและสถานที่ที่มีความสวยงาม มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.47 มีการแต่งกายของพนักงานสะอาดเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.45 มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายชนิดมากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.43 มีการทดลองให้ชิมอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 4.42 ภาชนะบรรจุอาหารในงานเลี้ยงมีความสวยงาม ค่าเฉลี่ย 4.40 ราคาไม่แตกต่างจากคู่แข่ง ค่าเฉลี่ย 4.35 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 4.34 มีรายการอาหารโต๊ะจีนและเครื่องดื่มที่เป็นทางเลือกอาหารเพื่อสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

ลำดับที่ 3 อาหารจานหลัก เมนูที่เสนอคือ ข้าวผัดรวมมิตรธัญพืช ที่มีการใส่เนื้อ โปรตีนและ ผักเพิ่มต่อปริมาณคาร์โบไฮเดรตและใช้ข้าว กข.43 ซึ่งเป็นข้าวขาวที่มีดัชนีน้ำตาลต่ำ

ลำดับที่ 4 อาหารหวาน เมนูที่เสนอคือ ผลไม้จานรวม , เมนูขนมจากมะพร้าว เช่น วั่น มะพร้าว พุดดิ้งถั่ว 5 สีมะพร้าวอ่อน ซึ่งเป็นการใช้น้ำมะพร้าวแทนการใช้น้ำตาล , เมนูที่ใช้น้ำหล่อ อังก้วยแทนน้ำหวาน เช่น เจลลีน้ำจับเลี้ยงใส่แปะก๊วย ลำไยเต้าทึง วั่นลูกตาล และเต้าฮวยมะตูม

ซึ่งเป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่ทำจากวัตถุดิบที่หาได้จากในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ทั้งเนื้อปลา เนื้อหมู ผัก พืชสมุนไพรและผลไม้อย่างส้มโอและมะพร้าวน้ำหอม แยกเป็นอาหารเรียกน้ำย่อย , อาหารจานร้อน ประเภทปรุงจากสัตว์ปีกและผัก , อาหารจานร้อนประเภทปรุงจากเนื้อปลา , อาหารจานร้อนประเภท ซุป , อาหารจานหลักและอาหารหวานตามหลักการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน โดยหลักการของทุกรายการ อาหารคือ มีการเพิ่มปริมาณเนื้อสัตว์และปริมาณผักที่มากขึ้นใน 1 จานอาหาร โดยในรายการอาหาร จะมีวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางด้านสมุนไพรหรือเครื่องเทศที่มีสรรพคุณทางยาสำหรับการบำรุงร่างกาย และมีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่นครปฐม มีการใช้วัตถุดิบที่มีความสดใหม่และมีการปรับลดการใช้ เครื่องปรุงไม่ให้มากจนเกินไป ลด โซเดียมในเครื่องปรุงและจากเดิมเป็นน้ำตาลทรายเปลี่ยนมาเป็น น้ำตาลมะพร้าวเนื่องมีดัชนีน้ำตาลต่ำกว่า โดยหลีกเลี่ยงสารให้ความหวานมาใช้เนื่องจากมีราคาสูง และอาจส่งผลกระทบต่อผู้ทานและไม่ใช้ผงชูรสในการปรุง รวมถึงลดการใช้น้ำมันและปริมาณไขมัน ในส่วนประสมให้น้อยลง ปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้ทอดเป็นน้ำมันรำข้าว โดยแต่ละรายการมีการ ปรับสำหรับเพื่อให้เป็นรายการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ และให้ความสำคัญของความหมายในแต่ละ เมนู

3) แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัย พบว่าต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและสถานประกอบการ คือหน่วยงานภาครัฐควร มุ่งเน้นการส่งเสริมอาหารด้านสุขภาพ และส่งเสริมธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารปลอดภัย โดย อาจมอบรางวัล สร้างแคมเปญหรือมอบเครื่องหมายยืนยันมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ ผู้บริโภค รวมถึงให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและควรมีการสนับสนุนด้านข่าวสาร การ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนทั่วไปเข้าถึงอาหารเพื่อสุขภาพและในด้านผู้ประกอบการธุรกิจควรมีการ นำเสนอรายการเมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้แก่ โดยมีแบบให้ลูกค้าเลือกหลากหลายเป็นการเพิ่ม ทางเลือกให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่องมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย รูปลักษณ์ และความหมายรวมถึงสีสันทนของอาหาร รวมถึงควรมีการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านบุคลากร โดยพนักงานควรมีความสะอาด แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สามารถให้ข้อมูล ให้กับผู้บริโภคได้ และมีการพัฒนาในด้านความสวยงามของอุปกรณ์ การจัดสถานที่และการแต่งกาย

ของพนักงาน นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมความพร้อมต่อการขอรับรองมาตรฐานและพัฒนาในด้านการตลาด มีช่องทางการขายในช่องทางออนไลน์ทำเป็นแพลตฟอร์มเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เล่าเรื่องราวที่มาของวัตถุดิบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารแต่ละเมนูและทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกร่วมในการบริโภค มีการกำหนดราคาที่สามารถเข้าถึงได้ ควบคุมต้นทุนโดยการเพิ่มปริมาณผักให้มากขึ้นทดแทนปริมาณเนื้อสัตว์ ใช้วัตถุดิบที่จากในพื้นที่เพื่อให้ราคาของอาหารได้ะจิ้นเพื่อสุขภาพสูงจนเกินไป ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้และผู้ประกอบการไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงด้านต้นทุนที่มากเกินไป รวมถึงยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารได้ะจิ้น จังหวัดนครปฐม พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารได้ะจิ้นเพื่อสุขภาพ

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเพศหญิงเป็นเพศที่รักสวยรักงาม ต้องการการมีรูปร่างที่ดี มีผิวพรรณที่ดีการพยายามมองหาสิ่งต่างๆ ที่จะช่วยให้ตนเองมีสุขภาพดีและดูดีขึ้นจึงทำให้ผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันกระแสรักสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม อาหารเพื่อสุขภาพจึงได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น ด้านผู้ประกอบการต่างทำการแข่งขันในการสร้างผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อให้ทันต่อกระแสความต้องการทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพมีราคาไม่แพงและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ส่งผลต่อความนิยมในกลุ่มผู้หญิงมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันต์วิรุฬห์ พลูประชาญ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและส่วนใหญ่อยู่ในวัย 20-30 ปี มีแนวโน้มในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุดเพราะเป็นช่วงอายุที่มีความรักสวยรักงามมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ใจ สิงคราช (2557) ที่พบว่าผู้บริโภคเพศหญิงมีโอกาสที่จะหันมาให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในอนาคตที่มากกว่าเพศชาย ดังนั้นผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภค ที่จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นนั้นควรมุ่งเน้นในกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่ในปัจจุบันยังไม่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้รับรู้ให้มีความรู้ความเข้าใจ และรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพว่าส่งผลดีต่อสุขภาพอย่างไร เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโตะเงินเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวม มีตัวแปรอิสระ 6 ด้านที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ และในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมระดับมากที่สุด โดยด้านราคาให้ระดับความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง ในเรื่องราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหารและคุณภาพวัตถุดิบและมีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกำพล หาสุนทร และ พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2561) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโตะเงินสุนทรของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี ที่กล่าวถึงด้านราคาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโตะเงินสุนทรของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากในแวดวงธุรกิจโตะเงินมีจำนวนมากและมีรูปแบบคล้าย ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเมนูอาหาร การตกแต่ง หรือราคา เพราะฉะนั้นราคาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคจะคำนึงเป็นอันดับแรก ว่าสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้กับ ราคาที่ต้องจ่ายนั้นมีความสมเหตุสมผลหรือมีความเหมาะสมมากน้อยแค่ไหน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสราทิพย์ หาสุนทร (2558) เรื่องโครงการจัดตั้ง สุนทรรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ของผู้บริโภคด้านราคา (Price) อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยการบริการมีหลายระดับราคาให้เลือก ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร โดยผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายค่าอาหารเมื่อเทียบกับบริการที่ดี

2. สำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโตะเงิน

มีการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโตะเงินจำนวน 33 รายการ โดยทุกรายการมีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่นครปฐม ทั้งปลาทูจากแม่น้ำท่าจีน, ส้มโอ, มะพร้าว, บัวหลวง และเนื้อหมู รวมถึงผัก สมุนไพรจากพื้นที่เกษตรในจังหวัด สอดคล้องกับการศึกษาของวรารัตน์ สานนท์และคณะ เรื่องอดีตถึงปัจจุบันแนวทางการพัฒนาอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม ที่กล่าวถึงอาหารท้องถิ่นที่สร้างชื่อเสียงและส่งเสริมเศรษฐกิจของจังหวัดนครปฐมที่สำคัญ ได้แก่ ส้มโอ มะพร้าวน้ำหอม อาหารโตะเงินและนครปฐมเป็นพื้นที่เหมาะแก่การทำเกษตร ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนของภาคกลาง (วรารัตน์ สานนท์ และคณะ 2562) และมีการปรับสำรับเพื่อให้เป็นรายการอาหารโตะเงินเพื่อสุขภาพ ดังนี้ มีการเพิ่มปริมาณเนื้อสัตว์และปริมาณผักที่มากขึ้นใน 1 จานอาหาร โดยในรายการอาหารจะมีวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางด้านสมุนไพรหรือเครื่องเทศที่มีสรรพคุณทางยาสำหรับการบำรุงร่างกาย สอดคล้องกับการศึกษาของกาญจนา สุขบัว และคณะ (2566) เรื่องการส่งเสริมเมนูอาหารและสิ่งของจากพืชสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของชุมชนตำบลคอนสาร อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ ที่กล่าวถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้พืชสมุนไพรประกอบ

เมนูอาหารช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารและป้องกันโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ และในเมนูอาหารเรียกน้ำย่อยที่มีการเสิร์ฟลำดับแรกจะเป็นเมนูที่ประกอบไปด้วยผักเป็นส่วนประกอบหลักก่อนเพื่อลดอัตราการดูดซึมน้ำตาลและไขมัน , มีการใช้วัตถุดิบที่มีความสดใหม่และมีการปรับลดการใช้เครื่องปรุงไม่ให้มากจนเกินไป มีการลดโซเดียมในเครื่องปรุงและจากเดิมเป็นน้ำตาลทรายเปลี่ยนมาเป็นน้ำตาลมะพร้าวเนื่องมีดัชนีน้ำตาลต่ำกว่า โดยไม่แนะนำสารให้ความหวานมาใช้เนื่องจากมีราคาสูงและอาจส่งผลข้างเคียงต่อผู้ทานและไม่ใส่ผงชูรส, ลดการใช้ไขมันและปริมาณไขมันในส่วนประสมให้น้อยลง ปรับลดเมนูประกอบด้วยของทอดและของมันเป็นส่วนน้อยเนื่องจากของทอดจะหลีกเลี่ยงน้ำมันทอดซ้ำได้ยากเน้นการเปลี่ยนกรรมวิธีการทำอาหารจากเดิม เช่น จากการทอดเป็นการอบ, การนึ่งหรือการต้มแทน หรือปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้ทอดเป็นน้ำมันรำข้าวเนื่องจากมีประโยชน์ต่อร่างกาย สอดคล้องกับการศึกษาของจันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนาและคณะ (2566) เรื่องการพัฒนาตำรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ยกย่องในการให้บริการให้ปลอดภัย และการพัฒนารูปแบบการจัดการแบบเดลิเวอรี่ ที่กล่าวถึงการปรับตำรับเพื่อให้เป็นรายการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ โดยรายการอาหารประเภทของผัด และทอด มีแนวทางในการปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้ทอดเป็นน้ำมันรำข้าว ซึ่งประกอบไปด้วยวิตามินอี สารต้านอนุมูลอิสระ โทโคไตรอีนอล โอโรซานอล และสเตอรอล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ลดปริมาณไขมันในส่วนผสม หรือเพิ่มปริมาณผักในงานอาหาร รายการอาหารประเภทซूप และตุ๋น มีแนวทางในการวิเคราะห์สารออกฤทธิ์ทางชีวภาพ เนื่องจากเครื่องยาจีน มีสรรพคุณทางยาสำหรับการบำรุงร่างกาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่รักสุขภาพและผู้ป่วยที่มีภาวะน้ำหนักเกินและเป็นความดัน เบาหวานและโรคหัวใจที่พบได้มากในพื้นที่จังหวัดนครปฐม สอดคล้องกับการศึกษาของบุษยมาศ บุศยารัศมี (2566) เรื่องการพัฒนารูปแบบการดูแลผู้ป่วยเบาหวานหรือความดันโลหิตสูงในยุควิถีใหม่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่กล่าวถึงสถานการณ์โรคเบาหวานและความดันโลหิตสูงของจังหวัดนครปฐมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

3. แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม

ต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและสถานประกอบการ สอดคล้องกับการศึกษาของนันธิดา แดงขาวและสุพรรณษา หลังประเสริฐ (2564) เรื่องแนวทางการพัฒนาอาหารไทยสู่มาตรฐานฮาลาลที่กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาอาหารต้องอาศัยความร่วมมือหลายภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมอาหารด้านสุขภาพ ส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจชุมชน นอกจากนี้ภาครัฐควรมีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกเพื่อรับทราบ หน่วยงานที่รับรองมาตรฐาน การอุดหนุนงบประมาณการรับรองมาตรฐาน และสถานประกอบการจำเป็นต้องมีการศึกษาหาความรู้และให้ความสำคัญกับกระบวนการรักษามาตรฐาน นอกจากนี้ควรมีการค้นหาธุรกิจแนวใหม่ที่ตอบสนองต่อสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเริ่มจากการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค มีการสร้างการรับรู้และสร้างตลาดลูกค้าใหม่ให้กับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะ

จีน ประกอบกับต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคโดยอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐมา รับรองมาตรฐานทั้งในด้านอาหารสุขภาพและความสะอาด และยังสอดคล้องกับวิถีภา วิชะยะวงศ์ และดวงใจ คงคาหลวง (2023) เรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคธุรกิจ โตะจีนในจังหวัดนครปฐมที่กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาคือมาตรฐานอาหารสดใหม่รสชาติดี มีเมนู ใหม่ ๆ ใช้วัตถุดิบคุณภาพ อุปกรณ์สะอาดพร้อมใช้ตั้งราคาชัดเจน มีช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ จัด โปรโมชัน มีการวางแผนพนักงานพร้อมทำงาน ปริมาณอาหารพอต่อแขกในโต๊ะ

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ ได้พบองค์ความรู้ใหม่ จากการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อ สุขภาพสำหรับธุรกิจอาหารโตะจีน คือ

1. การนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจอาหารโตะจีน

ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สร้างการรับรู้และเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค นั่นคือ

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) นำเอาสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังในเรื่องของอาหารโตะจีนและ วัฒนธรรมมาใช้ คือ ความหมายที่เป็นศิริมงคลของแต่ละเมนูและหน้าตาของอาหารมาใช้ในการ ยกกระตืออาหารโตะจีน เนื่องจากการจัดเลี้ยงโตะจีนมักมีการจัดเลี้ยงเนื่องในโอกาสที่เป็นมงคล เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน และพอเป็นงานเฉลิมฉลองจะคาดหวังให้มีเมนูที่แสดงถึงความหรูหรา อาหารที่เป็นมีความหมายมงคลสื่อถึงความเอาใจใส่แขกของเจ้าของงาน หากทำให้น้ำตาของอาหาร แสดงถึงความใส่ใจของเจ้าของงานได้ จะทำให้อาหารโตะจีนเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำคัญในการจัด เลี้ยง รวมถึงการคำนึงถึงรสชาติของอาหาร ความสะอาดในการประกอบอาหาร รวมถึงคุณประโยชน์ และสารอาหารที่ได้จากรายการอาหารนั้น ๆ ด้วย

1.2 ราคา (Price) กำหนดราคาไว้หลายช่วงราคา เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้หลากหลาย ประเภท และผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความต้องการของตนเอง รวมถึงการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ สดใหม่มาแทนวัตถุดิบนำเข้าเพื่อคงคุณประโยชน์ของวัตถุดิบและควบคุมราคาต้นทุนในการขนส่ง รวมถึงเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน

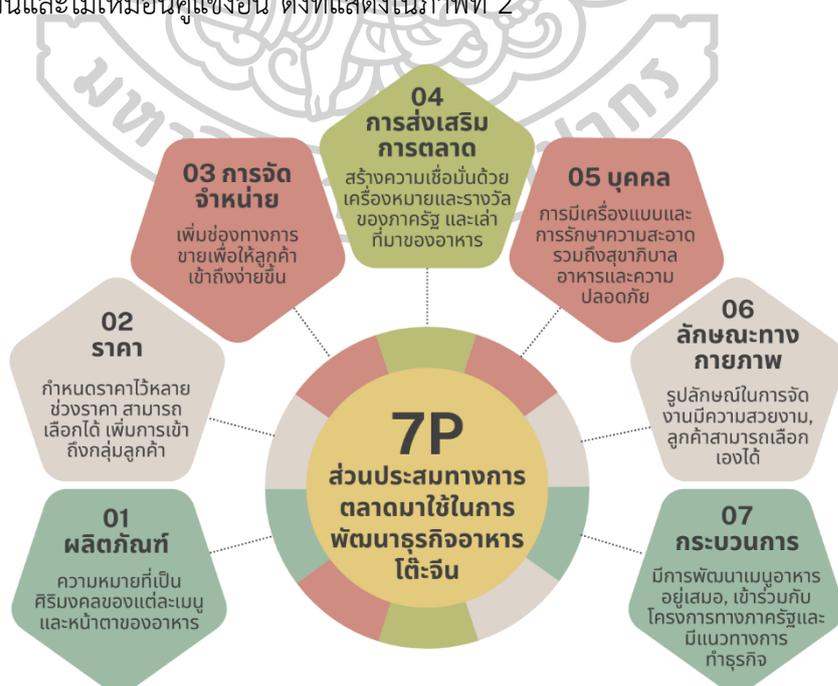
1.3 การจัดจำหน่าย (Place) มีช่องทางการขายในช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น ทำเป็น แพลตฟอร์มเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากปัจจุบันเป็นการบอกแบบปากต่อปากและนามบัตร ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ยาก มีการนำเอาเทคโนโลยีอย่าง AI Chatbot มาช่วยในการตอบสนองความ ต้องการและข้อสงสัยของลูกค้า

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สร้างความเชื่อมั่นด้วยมีเครื่องหมายการันตีจากหน่วยงานต่างๆ สร้างความมั่นใจในการใช้บริการของผู้บริโภค และมีการเล่าที่มาของวัตถุดิบจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในอาหารแต่ละเมนูและทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกร่วมในการบริโภค เช่น วัตถุดิบเป็นการนำผักปลอดสารพิษมาจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในจังหวัดนครปฐม และทำการโปรโมทโดยใช้สโลแกนที่จดจำได้ง่าย เช่น กินโต๊ะจีนมงคล ชีวิตดี สุขภาพดีต่อไปตรวจสุขภาพก็ดี

1.5 บุคคล (People) ส่วนใหญ่เน้นไปที่พนักงานและเชฟที่ลูกค้า สามารถพบได้บริเวณที่มีการจัดเลี้ยง การมีเครื่องแบบแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานและความสวยงาม รวมถึงในด้านความสะอาด สุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญที่ลูกค้าให้ความสนใจมากและสามารถให้ข้อมูลตอบคำถามรวมถึงแนะนำเมนู เล่าเรื่องราวของวัตถุดิบให้กับลูกค้าได้

1.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) รูปลักษณะในการจัดงานให้มีความสวยงามมากขึ้นหรือมีแบบให้ลูกค้าสามารถเลือกเองได้ เช่น อิมิตต่างๆ ให้เข้ากับงาน การตกแต่งโต๊ะและยังคงวัฒนธรรมรูปแบบการรับประทานอาหารโต๊ะจีนไว้ นั่นคือความสะดวกสบายของการจัดเลี้ยงที่นำให้ผู้ทานได้กลับมาเจอและพูดคุยกัน รวมถึงอุปกรณ์ให้การรับประทานอาหาร สีสนในการตกแต่งงานหากมีการใส่ใจจะทำให้เป็นการพัฒนาและสามารถเพิ่มมูลค่าของธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนให้มากขึ้น

1.7 กระบวนการ (Process) พัฒนาด้านเมนู เช่น การออกเมนูใหม่ที่เข้ากับเทศกาลหรือเทรนด์ในช่วงนั้น การเข้าร่วมกับโครงการทางภาครัฐ การเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค มีแนวทางการทำธุรกิจที่ชัดเจนและไม่เหมือนคู่แข่งอื่น ดังที่แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจอาหารโตะจีน

2. การนำรายการอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจโตะจีนที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้ในการพัฒนาธุรกิจอาหารโตะจีนโดยการนำมาจัดเป็นสำรับโตะจีนตัวอย่าง

เป็นตัวอย่างให้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภคให้เข้าใจถึงสำรับอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพมากขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสในการทำการตลาดให้กับผู้ประกอบการ โดยใช้วัตถุดิบที่มีในจังหวัดนครปฐม

สำรับอาหารโตะจีนเพื่อสุขภาพ มีรายการอาหารในสำรับทั้งหมด 8 รายการเรียงลำดับตามวัฒนธรรมการจัดเลี้ยงโตะจีน โดยคำนึงถึงความหมายมงคลในอาหารและใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพที่มีในจังหวัดนครปฐม

จานที่ 1 ยำส้มโอผลไม้รวมใส่มะพร้าวคั่ว พร้อมถั่วอบ

จานที่ 2 ซัลซ่ากุ้ง (กุ้งลวกนำมาสับใส่ซิง) และปลาปลา

จานที่ 3 ซุปเสฉวน

จานที่ 4 ปลากระพงนึ่งมะนาว

จานที่ 5 เป็ดปักกิ่งและเมี่ยงเป็ด

จานที่ 6 ผัดผักน้ำมันหอยแปดเซียน

จานที่ 7 ข้าวผัดรวมมิตรธัญพืช

จานที่ 8 แกงเลียงนพเก้าเกษตรบัวหลวง หรือ กระตักหมูต้มยำมะพร้าวอ่อน

จานที่ 9 พุดดิ้งถั่ว 5 สีน้ำมะพร้าวอ่อน

โดยเมนูอาหารทุกเมนูไม่มีการใส่ผงชูรสและรายการอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับธุรกิจโตะจีนสำรับนี้ ประกอบไปด้วยวัตถุดิบของจังหวัดนครปฐมทั้ง ส้มโอ ปลา พืชผัก บัวหลวงและมะพร้าวอ่อน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

คณะผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะในการวิจัย โดยจำแนกออกเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไป ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ยังคงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อในด้านการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเพศที่ต่างกันออกไป เพื่อวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างการรับรู้และความต้องการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละเพศ ที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพแต่ละประเภทได้ง่ายขึ้น

2. ปัจจัยทางการตลาด จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านราคา ด้านบุคลากรและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งแสดงผลจากการวิจัยเป็นอิทธิพลในเชิงบวกไปต่อยอด วางแผนการตลาดและวาทกรรมของธุรกิจ ตลอดจนมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อกระแสความนิยมอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบัน เช่น การพัฒนาโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

3. ผลการวิจัยแสดงให้เห็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพจึงควรให้ความสำคัญ โดยเฉพาะการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานรสชาติอาหารคงที่ จัดจานสวยงาม ใช้วัตถุดิบคุณภาพดี มีเมนูอาหารใหม่ๆ และอุปกรณ์พร้อมใช้งาน

4. นำผลจากการศึกษาสำหรับรายการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นรายการอาหารจำนวน 33 รายการ จากตาราง 4.28 มาปรับใช้โดยสามารถนำไปเพิ่มในเมนูอาหารของธุรกิจเพื่อเป็นทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภค และสามารถนำไปต่อยอดในการประกอบธุรกิจโต๊ะจีนเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ

5. ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมส่งเสริมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและความมีการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนให้อาหารโต๊ะจีน เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น รวมถึงออกนโยบายในการรับรองมาตรฐานให้เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ สำหรับหัวข้อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรต่อยอดในประเด็นการรับรู้และการเข้าถึงอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่นครปฐม
2. การพัฒนาธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในรูปแบบอาหารมงคล ความหมายดีและยกระดับอาหารโต๊ะจีนในรูปแบบอสังการนอกจากนั้นยังควรศึกษาอาหารเพื่อสุขภาพที่อยู่ในภูมิภาคอื่นของประเทศเพื่อการพัฒนาต่อยอดนโยบายการันตีอาหารไทย “สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน” อีกด้วย
3. ควรมีการต่อยอดรายการเมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้เกิดขึ้นจริง มีการพัฒนาเมนูอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายและประกอบด้วยสมุนไพรที่สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการได้



รายการอ้างอิง

- Belch G.E. and Belch M.A (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.
- Chotiphong P. (2017). Marketingmix and decision process to stay in homestays of tourists in bangkok metropolitan region. *Journal of Marketing and Management. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.*, 4(1), 105-119.
- Hanna and Wozniak (2001). *Consumer behavior*.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*.
- Kotler P. and Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*.
- Nuanyai, A. (2020). *Influences of Product, Location, and Physical Evidence in Overnight ThaiTourists' Decision Making on Accommodations in Klaeng District, Rayong Province.(Independent Study Master of Hospitality and Tourism Industry Management)*.
- Peter, J. P. O., J.C. (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*.
- Smittikai (2011). *Consumer Behavior*. Bangkok.
- YANAN ZHAO (2564). วัฒนธรรมอาหารจีนในสังคมไทย : กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. กนกวรรณ คงธนาคมธัญกิจ (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบพร้อมทาน.
- กมล เลิศรัตน์ และคณะ (2561). เส้นทางสู่การสร้างนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อความอยู่เย็นเป็นสุข ของสังคมไทยอย่างยั่งยืน. ขอนแก่นการพิมพ์.
- กรมประชาสัมพันธ์. (2566). โฆษกรัฐบาลเผย งาน “THAIFEX - ANUGA ASIA 2023” ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลก เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการเจรจาการค้า สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพิ่มโอกาสขยายตลาดส่งออก. Retrieved 25 from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/184039>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2566). ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง. <https://www.ditp.go.th/post/125953>
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2567). โต้ะจีนนครปฐม. <http://www.m-culture.in.th/album>
- กัณฑ์วิรุฬห์ พลุปรชาญ์ (2563). พฤติกรรม และความต้องการทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของ

- ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ 14 ฉบับที่ 2, 307.
- กาญจนา สุขบัว และคณะ (2566). การส่งเสริมเมนูอาหารและสิ่งของจากพืชสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของชุมชนตำบลคอนสาร อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ. วารสารคหเศรษฐศาสตร์, 18(2), 406-418.
- กำพล หาสุนทรี และ พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโต๊ะจีนสุนทรีของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี. วารสารการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา, 13(1), 504-515.
- กำธร แจ่มจรัส (2556). พลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
- เกศศิริ ทองศิริ (2554). การบริการอาหารและเครื่องดื่ม.
- จันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนาและคณะ (2566). การพัฒนาตำรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพและยกระดับในการให้บริการให้ปลอดภัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล.
- จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์ และ วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ (2558). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Slipakorn University* ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ, ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2558, 1207.
- จันทวัฒน์ อัครเรืองชัย (2565). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา-19. วารสารรัชต์ภาคย์, ฉบับที่ 46 พฤษภาคม – มิถุนายน 2565, 389.
- จุไรพร สุธรรมโกศล (2558). ความพึงพอใจของผู้รับบริการโต๊ะจีนต่อผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชญัญญา พรศักดิ์วิวัฒน์ (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบอาหารคลีน (*Clean Food*) กลุ่มวัยท างานในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชนิดดา ศิริพล (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของประชากร.
- ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารกระแสวัฒนธรรม, 16(29), 3-18. .
- ณัฐวุฒิ เลิศวัฒน์เกษม (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เตชินท์ ภิรัชตานนท์ (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร.

ถิรนนท์ ประทุม (2564). แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโตะจีนในจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ, ปีที่ 2 ฉบับที่ 2: กรกฎาคม-ธันวาคม, 100.

ทีมงานโตะจีน วิจัยโภชนา นครปฐม (2023). การจัดเรียงลำดับของอาหารโตะจีน.

<http://www.wichaifood.com/article1/>

ธุรกิจรับจัดงานจัดเลี้ยงโตะจีน LEO (2020). การจัดเลี้ยงครบวงจร. <https://www.leoaroydee.com/>

นพดล โภภูคำลือ (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr. ปีโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่.

นันธิดา แดงขาวและสุพรรณษา หลังประเสริฐ (2564). แนวทางการพัฒนาอาหารไทยสู่มาตรฐานสากล. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 12.

นารินทร์ วัฒนเวฬุ (2018). วัฒนธรรมอาหารโตะจีนในงานฉลองมงคลสมรสของชาวไทยเชื้อสายจีนในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา. *Journal of International Studies*, Vol.8 No.2, 145.

บุษยามาส บุศยารัตน์ (2566). การพัฒนารูปแบบการดูแลผู้ป่วยเบาหวานหรือความดันโลหิตสูงในยุควิถีใหม่ เขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม. วารสารแพทย์เขต 4-5, 63.

บุษราคาม นรบดี (2562). พฤติกรรมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพควบคู่กับการออกกำลังกาย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ประพุดิ อรรถชน (2561). โตะจีนนครปฐมพันล้าน รุกลาว-เมียนมา ชลบุรีฮีดแข่งหนัก ดึงความสดชื่นติดตอปโจทย์ลูกค้า.

ปรีชา หงส์ไกรเลิศ (2552). การวางแผนกลยุทธ์.

<http://www.stabundumrong.go.th/journal15/153.doc>.

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2567, 8 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนจังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโตะจีน [Interview].

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2567, 5 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนจังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโตะจีน [Interview].

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2567, 3 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนจังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโตะจีน [Interview].

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2567, 4 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนจังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโตะจีน [Interview].

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2567, 9 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีนจังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโตะจีน [Interview].

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2567, 9 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโตะจีน

- จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7. (2567, 10 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2567, 10 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2567, 16 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2567, 12 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2567, 13 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2567, 16 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2567, 17 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2567, 18 มี.ค. 2567). รายการอาหารสุขภาพที่เหมาะสมกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัด นครปฐมและแนวทางการพัฒนาอาหารสุขภาพและธุรกิจโต๊ะจีน [Interview].
- พิมพ์ใจ สิงคราช (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
- รวีกร สยามิภักดิ์ (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.
- วรรณชชา พลอยพยัคฆ์ (2564). อิทธิพลที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการธุรกิจจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในเขตจังหวัดนครปฐม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, ปีที่4 ฉบับที่2เดือน มกราคม-มิถุนายน2564,, 21.
- วรารัตน์ สานนท์ และคณะ (2562). อดีตถึงปัจจุบันแนวทางการพัฒนาอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat*, 130.
- วัลลภา วิชะยะวงศ์และดวงใจ คงคาหลวง (2023). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม. *ournalof Arts Management*, Vol. 7No.2 April - June, 605.
- วีรศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล. (2563). 2563พาณิชย์เดินหน้าหนุนนโยบาย คริวไทยสู่ครัวโลก.

<https://www.dbd.go.th>

- ศศิอารีญา แสวงทรัพย์ (2561). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน จังหวัดราชบุรี. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University, Vol.5 No.2 July - December, 30.*
- ศิขรินทร โปธิสิทธิ์และวัชระ ยี่สุนเทศ (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน, 231.*
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540). องค์การและการจัดการ. (Vol. พิมพ์ครั้งที่ 6.).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่.
- สราทิพย์ หาสุนทรี (2558). การจัดตั้ง ศูนย์รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2565). คนไทยเป็นโรคอ้วน แนวโน้มพุ่งสูงขึ้น เนะร่วมมือป้องกัน. <https://www.thaihealth.or.th>
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2565). วช.หนุนนวัตกรรมระบบบริหารจัดการโต๊ะจีนนครปฐมเพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร. <https://pr.nrct.go.th/news>
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2567, 8 กุมภาพันธ์ 2567). ยกระดับสุขภาพอาหาร ขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ “ชลอนาน” จับมือ “หอการค้า” หนุนนครปฐมเป็น “เมืองอาหารปลอดภัย” . https://www.thaigov.go.th/news/contents/ministry_details/78659
- สุดาร์ตน์ อนุเวช และกิติมา สุรสุนธิ (2565). วัฒนธรรมการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีนในจังหวัดอุดรธานี. *วารสาร สาร สื่อ ศิลป์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 8, 7.*
- สุมาลี เทพสุวรรณและคณะ (2554). โครงการ คุณภาพอาหารและการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม และความพึงพอใจของผู้บริโภค.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน (Vol. (พิมพ์ครั้งที่ 2)).
- อารยะ ภูมิจิตอมร และคณะ (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสรวายน้ำในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, ปีที่ 9 ฉบับที่ 2, 26.*



ภาคผนวก



ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามโดยการใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

- ชาย หญิง
- เพศทางเลือก

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 41 – 50 ปี
- 21 – 30 ปี 51 – 60 ปี
- 31 – 40 ปี มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี
- มัธยมศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี
- อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

4. อาชีพ

- นักศึกษา/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 12,000 บาท 12,000 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
- 40,001 – 50,000 บาท 50,000 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ
ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดนครปฐม**

คำชี้แจง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อไปนี้มีมีความสำคัญต่อการใช้บริการธุรกิจการจัด
เลี้ยงโต๊ะจีนและเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่านเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ในช่อง
ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ความสะอาด สดใหม่ ถูกสุขอนามัย					
2. การคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดี					
3. รสชาติของอาหาร					
4. ความหลากหลายของประเภทอาหาร					
5. ปริมาณอาหาร					
6. มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสม					
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
7. มีการแสดงราคาอย่างชัดเจน					
8. ราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหาร					
9. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของวัตถุดิบ					
10. ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ ร้านอาหารทั่วไป					
11. ราคาสินค้าคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
12. มีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
13. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเข้าถึงหรือการเดินทาง					
14. มีสาขาหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วถึง					
15. สามารถค้นหาหรือติดต่อร้านอาหารได้ง่าย					
16. มีความสะดวกในการสั่งซื้อล่วงหน้าหรือซื้อผ่านทางออนไลน์					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
17. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม					
18. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านและสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง					
19. การแนะนำสินค้าใหม่ หรือนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า					
20. มีรายการอาหารพิเศษในวันสำคัญหรือเทศกาล					
21. มีการแนะนำร้านผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์แนะนำร้านอาหาร					
22. มีสื่อสังคม (social media) ของร้านให้ติดตามข่าวสารได้					
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)					
23. พนักงานแต่งกายสะอาด					
24. พนักงานให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี เมื่อลูกค้าพบปัญหา					
25. พนักงานมีความสุข กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ					
26. พนักงานให้บริการได้รวดเร็ว					
27. พนักงานมีความสามารถ สื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ					
28. มีพนักงานเพียงพอ ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง					
29. พนักงานมีความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ					
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)



แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง

- แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1** แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 - ส่วนที่ 2** แบบสัมภาษณ์ปลายเปิดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพในจังหวัดนครปฐมเกี่ยวกับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงของสำหรับอาหารโต๊ะจีน เมนูอาหารเพื่อสุขภาพในการจัดโต๊ะจีน สาเหตุที่ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จในการทำสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ และแนวความคิดอื่นๆที่เกี่ยวกับสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ
 - ส่วนที่ 3** แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีน ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม
- การตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ ทุกคำตอบของท่านมีความสำคัญยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย จึงขอความกรุณาตอบให้ครบสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
- คำตอบของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อตำแหน่งหน้าที่ การปฏิบัติงานของท่านและตัวท่านเองแต่อย่างใด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ท่านตอบไว้เป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ณ โอกาสนี้

นางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนารูรจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

ผู้สัมภาษณ์ วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....email (ถ้ามี)

โทรศัพท์.....ตำแหน่ง.....

ที่อยู่.....

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. เพศ ชาย หญิง เพศทางเลือก
2. อายุ 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี 51 – 60 ปี มากกว่า 60 ปี
3. การศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี โปรรະဘူထိ.....
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี โปรรະဘူထိ.....
4. สถานภาพ นักโภชนาการ เชฟ บุคคลที่ทานอาหารสุขภาพ
 เจ้าของร้านโต๊ะจีน บุคคลที่กินอาหารโต๊ะจีน ออกแ่ไนซ์เซอร์
 นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร อื่น ๆ โปรรະဘူထိ.....

ส่วนที่ 2 : แบบสัมภาษณ์ปลายเปิดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพในจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นของท่านให้ตรงประเด็นมากที่สุด

1. อาหารโต๊ะจีน

- เมนูอาหารโต๊ะจีนที่ท่านชื่นชอบและคิดว่าต้องมีในเมนูอาหารโต๊ะจีน
- เมนูอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพที่ท่านคิด
- ท่านคิดว่าสิ่งใดเป็นสิ่งสำคัญในการทำเมนูอาหารโต๊ะจีน หรือเป็นหัวใจสำคัญของเมนูอาหารโต๊ะจีน และมีแนวทางการนำมาปรับใช้กับสำหรับอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพในจังหวัดนครปฐม
- อาหารเพื่อสุขภาพเมนูใดที่ท่านคิดว่าอร่อยและสามารถมาอยู่ในเมนูโต๊ะจีนได้ โดยตอบ 4 เมนู ตามลำดับประเภท เมนูลำดับที่ 1 อาหารเรียกน้ำย่อย ได้ทั้งประเภทออเดิร์ฟเย็น หรือออเดิร์ฟร้อน , ลำดับที่ 2 อาหารจานร้อน , ลำดับที่ 3 อาหารจานหลักและลำดับที่ 4 อาหารอ่อมห้องประเภทข้าวผัด บะหมี่ เพราะเหตุใด
- ของหวานเพื่อสุขภาพเมนูใดที่ท่านคิดว่าอร่อยและสามารถมาอยู่ในเมนูโต๊ะจีนได้
- หากมีการปรับเปลี่ยนรายการอาหารประเภทของผัด และทอด ให้มีแนวทางในการปรับประเภทของน้ำมันที่ใช้ทอดเป็นน้ำมันอื่น เพื่อสุขภาพ จะสามารถเป็นไปได้หรือไม่ เป็นน้ำมันอะไรได้บ้าง ที่จะได้ทั้งด้านโภชนาการและความเป็นไปได้ในด้านงบประมาณ
- หากมีการปรับเปลี่ยนเครื่องปรุงรสให้สามารถปรุงรายการอาหารเพื่อสุขภาพ มีแนวทางในการปรับเครื่องปรุงอย่างไร สามารถใช้เครื่องปรุงที่ลดโซเดียม และการใช้น้ำตาลที่ไม่ให้พลังงานจะสามารถเป็นไปได้หรือไม่ ที่จะได้ทั้งด้านโภชนาการและความเป็นไปได้ในด้านงบประมาณ
- อาหารที่มีส่วนประกอบของผัก มีเมนูไหนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในเมนูอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพได้บ้าง หรือสามารถเพิ่มปริมาณผักในงานอาหารแต่ละจานได้หรือไม่ เพื่อส่งเสริมด้านโภชนาการและมีความเป็นไปได้ในด้านงบประมาณ
- เนื้อสัตว์ที่แนะนำให้ใช้ สำหรับเมนูอาหารเพื่อสุขภาพและที่ท่านไม่แนะนำให้ใช้ เพื่อโภชนาการของอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

- ต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการปรับเปลี่ยนเป็นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ และความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงของสำนักอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพ

2. อาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบขึ้นชื่อของจังหวัดนครปฐม

- อาหารท้องถิ่นนครปฐมที่รู้จักมีอะไรบ้าง
- อาหารท้องถิ่นใดในจังหวัดนครปฐม ที่สามารถนำมาทำเป็นวัตถุดิบที่สามารถนำมาทำเป็นเมนูอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพ

3. อาหารเพื่อสุขภาพ

- ทรรศนะต่อพฤติกรรมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวและคนที่อาศัยในจังหวัดนครปฐมหรือผู้คนในปัจจุบันเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารไต้หวัน ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม

- สาเหตุที่ธุรกิจการจัดเลี้ยงไต้หวันประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จในการทำเซ็ทเมนูอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพ
- ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม ควรเป็นอย่างไร
- มีแนวทางแก้ไข / พัฒนาปรับปรุงให้เมนูอาหารไต้หวัน เป็นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ มีคุณภาพแล้วเป็นที่ยอมรับได้อย่างไร
- ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นจริงของสำนักอาหารไต้หวัน เมนูอาหารเพื่อสุขภาพในการจัดไต้หวัน
- แนวความคิดอื่นๆที่เกี่ยวกับสำนักอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพ
- ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารไต้หวันเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม
- ปัญหาที่อยากพัฒนาต่อยอดในการทำธุรกิจอาหารไต้หวัน



ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญตรวจสอบเครื่องมือและผลการตรวจคุณภาพคู่มือวิจัย



ที่ อว 8618/0158

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

16 มกราคม 2567

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ศุภลักษณ์ สุวัตติ

ด้วยนางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์ รหัสประจำตัว 661220046 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม"

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0157

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

16 มกราคม 2567

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ดวงเค็ด ย้อยความดี

ด้วยนางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์ รหัสประจำตัว 661220046 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารใต้เงินเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม"

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ





ที่ อว 8618/0159

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

16 มกราคม 2567

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.จันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนา

ด้วยนางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์ รหัสประจำตัว 661220046 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาธุรกิจอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของจังหวัดนครปฐม"

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่
อย่างไร

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1.	เพศ () ชาย () หญิง () เพศทางเลือก	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
2.	อายุ () ต่ำกว่า 20 ปี () ระหว่าง 21 – 30 ปี () ระหว่าง 31 – 40 ปี () ระหว่าง 41 – 50 ปี () ระหว่าง 51 – 60 ปี () มากกว่า 60 ปี	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
3.	ระดับการศึกษา () ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า () มัธยมศึกษา () อนุปริญญาหรือเทียบเท่า () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
4.	อาชีพ () นักศึกษา นักศึกษา () แม่บ้าน/พ่อบ้าน () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน () เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ () อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ต่ำกว่า 12,000 บาท	1	1	0	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้

	() 12,000 – 20,000 บาท					
	() 20,001 – 30,000 บาท					
	() 30,001 – 40,000 บาท					
	() 40,001 – 50,000 บาท					
	() 50,000 บาทขึ้นไป					

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1.	ท่านเคยจัดงานเลี้ยงหรือร่วมกิจกรรมที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีนหรือไม่ () เคย () ไม่เคย	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
2.	จำนวนครั้งที่ท่านเคยจัดงานหรือร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงอาหารโต๊ะจีน () ไม่เคย () 1-2 ครั้ง () 3-4 ครั้ง () มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
3.	โอกาสที่ท่านใช้บริการธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนหรือร่วมงานที่มีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนส่วนใหญ่เป็นโอกาสใด () งานบวช () งานจัดเลี้ยงขึ้นบ้านใหม่ () งานจัดเลี้ยงของหน่วยงาน () งานจัดเลี้ยงแต่งงาน () งานจัดเลี้ยงวันเกิด () งานจัดเลี้ยงปีใหม่ () อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
4.	ในครั้งล่าสุดที่ท่านรับประทานอาหาร	1	1	1	1	เที่ยงตรง

	อาหารโตะเงิน จัดเมื่อใด <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 เดือน <input type="checkbox"/> 1-3 เดือน <input type="checkbox"/> 4-6 เดือน <input type="checkbox"/> 7-9 เดือน <input type="checkbox"/> 10-12 เดือน <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 ปีขึ้นไป					ใช้ได้
5.	ในครั้งล่าสุดที่ท่านรับประทานอาหารโตะเงิน ท่านทานที่สถานที่ใด <input type="checkbox"/> ไปทานที่ร้าน <input type="checkbox"/> จัดที่บ้าน <input type="checkbox"/> ที่ทำงาน <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
6.	หากท่านเป็นผู้จัดงานและต้องเลือกรายการอาหารในการจัดเลี้ยงอาหารโตะเงิน ท่านเลือกอย่างไร <input type="checkbox"/> เลือกตามเซตเมนูจากทางร้าน <input type="checkbox"/> ท่านกำหนดอาหารให้กับทางร้าน	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
7.	ในการจัดหรือร่วมงานเลี้ยงโตะเงินของท่าน ส่วนใหญ่มีผู้เข้าร่วมงานประมาณกี่คน <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 40 คน <input type="checkbox"/> 41-70 คน <input type="checkbox"/> 71-100 คน <input type="checkbox"/> มากกว่า 100 คนขึ้นไป	1	1	-1	0.33	เที่ยงตรง ใช้ได้
8.	ท่านคิดว่าค่าบริการในการจัดเลี้ยงโตะเงินต่อหัว ควรมีราคาที่เหมาะสมอยู่ที่เท่าใด <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 70 บาท <input type="checkbox"/> 71-100 บาท <input type="checkbox"/> 101-130 บาท	1	1	-1	0.33	เที่ยงตรง ใช้ได้

	<input type="checkbox"/> มากกว่า 131-160 บาท <input type="checkbox"/> 161-190 บาท <input type="checkbox"/> มากกว่า 190 บาท					
9.	<p>ท่านรู้จักร้านที่ให้บริการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจากที่ได้</p> <input type="checkbox"/> คนรู้จักแนะนำ <input type="checkbox"/> เคยใช้บริการมาก่อน <input type="checkbox"/> สื่อโฆษณา/ สิ่งพิมพ์ต่างๆ <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ หรือช่องทางออนไลน์ ของทางร้าน <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
10.	<p>ท่านคิดว่าต้องการบริการใดเพิ่มเติมในการจัดงานเลี้ยงโต๊ะจีนที่ท่านต้องการ</p> <input type="checkbox"/> อุปกรณ์จัดเลี้ยงที่สวยงาม <input type="checkbox"/> ดนตรีและบริการเสริมต่าง ๆ <input type="checkbox"/> ออกแบบการจัดงานเลี้ยงให้เหมาะสม <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ	0	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการให้บริการ
ธุรกิจการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดนครปฐม**

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.	ความสะอาด สดใหม่ ถูกสุขอนามัย วัตถุดิบคุณภาพดี	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
2.	รสชาติของอาหาร	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
3.	ความหลากหลายของเมนูให้เลือก สำหรับ จัดงาน	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
4.	ปริมาณอาหารเพียงพอ สำหรับแต่ละโต๊ะ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
5.	มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสม	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
3.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)						
6.	มีการแสดงราคาต่อจำนวนโต๊ะ อย่าง ชัดเจนในการติดต่อจัดงาน	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
7.	ราคาเหมาะสมกับปริมาณอาหารและ คุณภาพวัตถุดิบ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
8.	ราคาอาหารเพื่อสุขภาพมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับร้านอาหารทั่วไป	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
9.	มีหลากหลายระดับราคาให้เลือกใช้บริการ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
10.	ช่องทางการติดต่อของร้านมีหลากหลายช่องทางและมีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
11.	สามารถค้นหาหรือติดต่อร้านอาหารได้ง่าย	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
12.	มีความสะดวกในการสั่งซื้อล่วงหน้าหรือซื้อผ่านทางออนไลน์	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
13.	มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แจก แคม ในช่วงเทศกาล	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
14.	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านเว็บไซต์ ช่องทางออนไลน์และการออกบูธ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
15.	การนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น จำนวนโต๊ะที่เหมาะสมกับขนาดงาน จำนวนคน	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
16.	มีรายการอาหารพิเศษในวันสำคัญหรือเทศกาล	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
17.	มีสื่อสังคม (social media) ของร้าน ทั้งเพจ เว็บไซต์ Line@ ให้ติดตามข่าวสารได้	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)						
18.	พนักงานแต่งกายสะอาด	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
19.	พนักงานมีความสุภาพ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
20.	มีพนักงานเพียงพอ ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
21.	พนักงานมีความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ	1	1	1	1	เที่ยงตรง

						ใช้ได้
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)						
22.	มีขั้นตอนการให้บริการที่เป็นระบบ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
23.	มีการจัดเสิร์ฟอาหารอย่างเหมาะสมกับเวลา เป็นตามลำดับอาหาร แยกเป็นหมวดหมู่	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
24.	มีการอัปเดตข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และเพจ Facebook อย่างสม่ำเสมอ	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
25.	มีพนักงานให้คำแนะนำด้านอาหารและการใช้บริการ	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
26.	มีการให้บริการแบบครบวงจรในการจัดงาน	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)						
27.	มีการจัดสรรพื้นที่ระยะห่างระหว่างโต๊ะเหมาะสม สำหรับขนาดพื้นที่งาน	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
28.	อุปกรณ์เครื่องครัว และของใช้ในร้านมีความสะอาด	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
29.	มีการตกแต่งโต๊ะและเก้าอี้ รวมถึงอุปกรณ์ในการรับประทานสวยงาม	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ						
30.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านคุณภาพและรสชาติอาหาร	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
31.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านราคา	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
32.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านสถานที่	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้

33.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านการส่งเสริมการตลาด	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
34.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านพนักงาน	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
35.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านกระบวนการให้บริการ	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
36.	ท่านมาใช้บริการเพราะด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1.	หากมีรายการอาหารโต๊ะจีนและเครื่องดื่มที่เป็นทางเลือกอาหารเพื่อสุขภาพ ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
2.	หากมีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย ชนิดมากขึ้น ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
3.	ถ้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
4.	ถ้ามีมาตรฐานในการกำหนดราคาและระบุราคาที่ชัดเจน ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
5.	ถ้าราคามีความแตกต่างจากคู่แข่ง ท่านจะใช้ บริการหรือไม่	1	0	1	0.66	เที่ยงตรง ใช้ได้
6.	หากมีความสะอาดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เที่ยงตรง ใช้ได้
7.	ถ้ามีการให้ส่วนลด ท่านจะใช้บริการ	1	1	1	1	เที่ยงตรง

	หรือไม่					ใช้ได้
8.	ถ้ามีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ท่านจะใช้ บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
9.	ถ้ามีการทดลองให้ชิมอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ ท่านจะใช้ บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
10.	หากพนักงานมีความกระตือรือร้น ยินดีให้ บริการ ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
11.	หากพนักงานมีความเชี่ยวชาญในด้านบริการ ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
12.	หากมีการแต่งกายของพนักงานสะอาดเรียบร้อย ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
13.	หากภาชนะบรรจุอาหารในงานเลี้ยงมีความสวยงาม ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
14.	หากมีการจัดโต๊ะอาหารและสถานที่มีความสวยงาม ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
15.	หากมีการให้บริการที่มีมาตรฐานและสะดวกรวดเร็ว ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
16.	หากมีความพร้อมของอุปกรณ์จัดเลี้ยงและการให้ บริการ ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้
17.	หากมีบริการมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตาม ความต้องการของลูกค้า ท่านจะใช้บริการหรือไม่	1	1	1	1	เพียงตรง ใช้ได้

$$\text{สรุป ค่า IOC} = \frac{63.26}{68} = 0.93$$



Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	5

ด้านราคา

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

→ **Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

ด้านบุคลากร (People)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	5

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

→ Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	5

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	3

ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	96.7
	Excluded ^a	1	3.3
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	7



การตัดสินใจเลือกใช้บริการอาหารโต๊ะจีนเพื่อสุขภาพ

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	17

ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	96.7
	Excluded ^a	1	3.3
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	53

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์
วุฒิการศึกษา	ระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเวนต์ คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผลงานตีพิมพ์	ยุวรินทร์ ปัญจสิริวิทย์ (2567) แนวทางพัฒนาสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับธุรกิจอาหารโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม, วารสารสังคมศาสตร์และ วัฒนธรรม ปีที่ 8 ฉบับที่ 6 (มิถุนายน 2567)

