

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว  
เกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช\*  
BEHAVIOR AND SATISFACTION OF TOURISTS TRAVELING ON STREET  
FOOD IN MUANG DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ณัฐพล อ่องเพชร

Natthapon Orngpetch

ฐิติมา รัตนพงษ์

Thitima Rattanapong

เพียงพิศ ศรีประเสริฐ

Piangpis Sriprasert

กิรฐากร บุญรอด

Kirathakon Boonrod

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

E-mail: Tom070940@gmail.com

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ สํารวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และสํารวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ภูมิลำเนา และรายได้ต่อเดือน ส่วนมากที่มาท่องเที่ยวจะเป็นเพศหญิง มากกว่าเป็นชาย มีอายุระหว่าง 18 – 20 ปี มีสถานภาพ โสด มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ด้านอัตลักษณ์ และคุณภาพ รสชาติ ความสดของอาหาร ด้านความคุ้มค่าของเวลา ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสามารถบริการอาหารให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้านการส่งเสริมการตลาด

---

\* Received 18 April 2021; Revised 15 June 2021; Accepted 2 July 2021



การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ ด้านบุคลากรคนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีเจลล้างมือให้บริการ ด้านกระบวนการ มีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวอาหารริมบาทวิถี นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของอาหารริมบาทวิถีมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วและราคาถูกกว่าร้านอาหาร จึงเป็นช่องทางให้ผู้จำหน่ายอาหารสามารถสร้าง อัตลักษณ์และคุณภาพในการบริการที่ดี จะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

**คำสำคัญ:** พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยว, อาหารริมบาทวิถี, อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## Abstract

The objectives of this research paper were to survey tourists traveling about food along the pavement, Muang District, Nakhon Si Thammarat Province. And study the satisfaction of tourists who travel about food along the pavement. It is quantitative research. The research tool was a questionnaire. The sample group used in this research was 400 tourists who traveled on the sidewalk food. Quantitative data were analyzed. The results showed that different tourists affecting the decision to travel on foot along the sidewalk, Muang District, Nakhon Si Thammarat Province, namely gender, age, status, occupation, domicile, and monthly income. Most of the visitors are female rather than male. Aged between 18-20 years old, single, working as a student, student, domiciled in Nakhon Si Thammarat province. The satisfaction of tourists who traveled about food along the pavement, Muang District, Nakhon Si Thammarat Province was about Identity and quality, taste, the freshness of food Value of time, price, distribution channel Producers can serve food to customers quickly. Marketing promotion word of mouth publicity The personnel in the area provide service with politeness. Physical appearance Hand sanitizer is available. Process The service process is not complicated. The results of the research can develop food tourism along the sidewalk. Tourists will pay more attention to the food on the sidewalk because it is convenient, fast, and cheaper than restaurants. Therefore, it is a channel for food distributors to create Identity and quality of good service. It will make an impression on more tourists.

**Keywords:** Behavior, satisfaction, tourists, food along the pavement, Muang District, Nakhon Si Thammarat Province.



## บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายเพิ่มขึ้นทุกปี จึงนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ ได้มีการขยายโอกาสในอาชีพด้านการบริการและธุรกิจบริการให้แก่คนไทยจำนวนมาก (ทิพารัตน์ สัญพงศ์, 2557) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นฟันเฟืองหลักของรายได้ในประเทศ ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการศึกษา ฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละท้องถิ่นและของชาติมากขึ้น เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่ท้องถิ่นตน เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศ (ธุรกิจการท่องเที่ยว, 2563) จากการสำรวจสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดนครศรีธรรมราช เพิ่มขึ้นจากประมาณปีละ 126,912 คนในปี 2559 เป็น 324,250 คนในปี 2558 โดยเพิ่มขึ้น 11.80% จากปี 2557 เป็นคนไทย 3,033,126 คนและเป็นชาวต่างชาติจำนวน 58,770 คนสร้างรายได้เข้าประเทศรวม 326,103.91 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 25.7796) ซึ่งช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าในธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้หลักของนครศรีธรรมราช โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชได้กำหนดวิสัยทัศน์ในปี พ.ศ. 2557-2560 ว่า “ นครศรีดีดี นครศรีดีกว่าเดิม ” (สำนักสถิติงานจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2559); (บริษัท เว็บสวีดี จำกัด (มหาชน), 2563)

จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำให้ปัจจุบันนี้ธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถี มีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสัมผัสกับอาหารเช่นเดียวกับที่นักท่องเที่ยวที่เดินทาง เพื่อแสวงหาองค์ประกอบของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นธุรกิจอาหารริมบาทวิถี จึงมีศักยภาพในการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างมาก ซึ่งจุดเด่นอาหารริมบาทวิถีนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปใช้บริการ ได้แก่ ตลาดหน้าพระธาตุ ตลาดท่าเรือ ตลาดน้ำเมืองลิเกอร์ ตลาดหลังดาว ร้านน้ำชาบังบัว และร้านอื่นๆ ที่น่าสนใจภายในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (Wongnai, 2563)

อาหารริมบาทวิถี (Street Food) เป็นพัฒนาการของการขายอาหาร ที่ตอบสนองกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการกินอาหารของสังคมเมือง ที่แพร่หลายมากขึ้น ยิ่งแนวโน้มของขยายตัวของชุมชนเมืองและการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรที่เข้ามาอาศัยในเขตเมือง ด้วยความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจการเมือง สังคม และการติดต่อสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์อาหารริมบาทวิถี จึงเป็นทางเลือกของประชาชนที่อาศัยในเขตเมืองและนักท่องเที่ยวใช้บริการมากขึ้น



เนื่องจากตอบสนองวิถีชีวิตเร่งรีบแข่งกับเวลา สะดวก เข้าถึงง่าย ประกอบกับ Life-style ของคนรุ่นใหม่ที่นิยมการมีประสบการณ์ใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสกับวิถีชีวิตต่างถิ่น การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญ กับอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย ในหลากหลายมิติ ทั้งในมิติทางด้านเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติทางวัฒนธรรม และมิติทางด้านสุขภาพเนื่องจาก เป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนไทยที่ต้องอาศัยการบูรณาการ การดำเนินงานของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างมั่นคง มั่งคั่ง และความยั่งยืน ตามเป้าหมาย การพัฒนาประเทศไทย แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี: ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า และบริการให้ เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนจากการพัฒนาภาคการผลิต และการบริการโดยขยายการให้บริการ ให้มีความหลากหลายทางการท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2560) และ สนองนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ภายใต้กรอบ ยุทธศาสตร์ชาติให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทยระยะ 20 ปีที่ว่า “ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ชัยนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐาน ความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุก ภาคส่วน” (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ถึงสาเหตุ ในการเลือกบริโภคอาหารริมบาทวิถี รวมถึงความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารริมบาทวิถี ในเขตพื้นที่อำเภอ เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ไปใช้ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านอาหารและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาอาหารริม บาทวิถีในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการ บริโภคอาหารริมบาทวิถีมากขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาท วิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริม บาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทราบถึง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช



## 1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 1.1 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Cochran, W.G., 1953)

จากคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติจำนวน 400 คน

### 1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก เป็นการสุ่มตัวอย่างที่ได้มาโดยสภาพบังเอิญ การเลือกตัวอย่างจึงไม่ได้มีการวางแผนจะใช้เพียงบางส่วนของประชากรที่สามารถหาได้ง่ายและสะดวกเท่านั้น โดยเลือกเฉพาะผู้ที่นักวิจัยพบในขณะนั้น และให้ความร่วมมือ จนกระทั่งได้จำนวนตัวอย่างครบตามที่ต้องการ การสุ่มประเภทนี้อาจประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าการสุ่มประเภทอื่นแต่ก็มีข้อเสียเนื่องจากไม่สามารถอ้างได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนี้เป็นตัวแทนของประชากรอย่างแท้จริง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลา สิงหาคม - กันยายน พ.ศ.2563

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามโดยใช้วิธีส่งกลุ่มตัวอย่างทำโดยตรงและรอรับคืนทันที

แบบสอบถามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว แบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open questionnaire)

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง



ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละข้อและนับจำนวนให้ครบตามจำนวนที่ต้องการถ้าปรากฏว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบทุกข้อก็จะทำการเก็บเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบแล้ว ผู้วิจัยข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามที่เป็นความคิดเห็นและเสนอแนะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้ค่าความถี่และเสนอรูปแบบความเรียง

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วง คะแนนเท่ากัน ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5 หมายถึงอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ผลการศึกษาที่ได้รับจากการวิเคราะห์แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับดังนี้

#### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ใด

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ใด		
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม	97	24.3
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมญาติ	68	17.0
เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหาร	225	56.3
อื่น ๆ	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหาร จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ



ชมวัฒนธรรม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และเดินทางท่องเที่ยวมาเยี่ยมญาติ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

**ตารางที่ 2** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>จุดประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
อาหารและเครื่องดื่ม	227	69.5
ชมการแสดงทางวัฒนธรรม	59	14.8
ซื้อของฝาก - ที่ระลึก	56	14.0
อื่น ๆ	8	2.1
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมา มีจุดประสงค์หลักในการชมการแสดงทางวัฒนธรรม จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และมีจุดประสงค์หลักในการซื้อของฝาก ที่ระลึก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

**ตารางที่ 3** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชอบอาหารริมบาทวิถีชนิดไหน

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>ชอบอาหารริมบาทวิถีชนิดไหน</b>		
อาหารคาว	145	36.3
อาหารหวาน	55	13.8
อาหารทานเล่น	171	42.8
เครื่องดื่ม	29	7.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบอาหารทานเล่น จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาชอบอาหารคาว จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และชอบอาหารหวาน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8



**ตารางที่ 4** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหาร

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหาร		
เพื่อน	207	51.7
แฟน	789	19.8
ครอบครัว	97	24.3
อื่น ๆ	17	4.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหาร จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาพ่อค้า / แม่ค้า มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหาร จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และการโฆษณา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

**ตารางที่ 5** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เดินทางมาซื้ออาหารเวลาใด

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาซื้ออาหารเวลาใด		
ตอนเช้า	33	8.3
ตอนเที่ยง	70	17.5
ตอนเย็น	228	57.0
ตอนค่ำ	69	17.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการซื้ออาหารตอนเย็น จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาใช้เวลาในการซื้ออาหารตอนเที่ยง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ ใช้เวลาในการซื้ออาหารตอนค่ำ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3





**ตารางที่ 6** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ชื่ออาหารริมบาทวิถีที่ไหน

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ชื่ออาหารริมบาทวิถีที่ไหน		
ตลาดหน้าพระธาตุ	108	44.5
ตลาดคูขวาง	104	26.0
ตลาดหลังดาว	82	20.5
อื่น ๆ	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออาหารจากตลาดหน้าพระธาตุ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาซื้ออาหารจากตลาดคูขวาง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และซื้ออาหารจากตลาดหลังดาว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

**ตารางที่ 7** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากแหล่งใด

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากแหล่งใด		
เพื่อน/ญาติ	177	44.3
หนังสือพิมพ์ คู่มือการท่องเที่ยว	29	7.2
โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต	174	43.5
บริษัททัวร์	5	1.3
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	15	3.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาได้รับข้อมูลจากโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และหนังสือพิมพ์ นิตยสาร คู่มือการท่องเที่ยว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2



**ตารางที่ 8** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>แผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้</b>		
น้อยกว่า 500 บาท	142	35.5
น้อยกว่า 1,000 บาท	125	31.3
1,000 – 2,000 บาท	103	25.8
มากกว่า 2,000 บาท	29	7.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วางแผนในการใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาวางแผนในการใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และวางแผนในการใช้จ่าย 1,000 - 2,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8

**ตารางที่ 9** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหาร</b>		
ใกล้ที่พัก	102	25.5
ความน่าสนใจของกิจกรรมภายในตลาด	99	24.8
เพื่อน คนรู้จักชวน	128	32.0
การประชาสัมพันธ์และข่าวสาร	16	4.0
สถานที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง	55	13.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารเพราะเพื่อน คนรู้จักชวนจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารเพราะใกล้ที่พัก จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และความน่าสนใจของกิจกรรมภายในตลาด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8



**ตารางที่ 10** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เดินทางมา  
ท่องเที่ยวเชิงอาหารกับใคร

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารกับใคร</b>		
เดินทางมาคนเดียว	26	6.5
ครอบครัว	148	37.0
กลุ่มเพื่อน	217	54.3
บริษัททัวร์	5	1.3
อื่น ๆ	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาเดินทางมากับครอบครัว จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และเดินทางมาคนเดียว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

**ตารางที่ 11** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม กิจกรรม  
นันทนาการในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>กิจกรรมนันทนาการในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร</b>		
ศึกษาความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น	63	15.8
ชมการแสดงต่างๆทางวัฒนธรรม	25	6.3
รับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	207	51.7
ซื้อของฝาก - ที่ระลึก	23	5.8
ถ่ายภาพ	82	20.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาร่วมกิจกรรมนันทนาการ ในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา ถ่ายภาพ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และศึกษาความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8



## 2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 12 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึง พอใจ	ลำดับ
ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพ	4.07	0.76	มาก	4
ด้านความคุ้มค่าของเวลา	4.07	0.74	มาก	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	0.89	มาก	7
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93	1.38	มาก	6
ด้านบุคลากร	4.11	1.72	มาก	2
ด้านลักษณะทางกายภาพและสุขอนามัย	4.10	1.81	มาก	3
ด้านกระบวนการ	4.18	0.73	มาก	1
รวม	4.02	0.90	มาก	

ผลการศึกษาตามตารางที่ 12 พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.02, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและสุขอนามัย ด้านอัตลักษณ์และคุณภาพ ด้านความคุ้มค่าของเวลา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

### อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ในข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า พฤติกรรมผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีจุดประสงค์หลัก คือ เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชิมอาหาร รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม และเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมญาติ จากการสำรวจแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่แล้วจะนิยมซื้ออาหารทานเล่น รองลงมาซื้ออาหารคาวและซื้ออาหารหวาน อีกทั้งช่วงเวลาที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมออกมาซื้ออาหารจะอยู่ในช่วงตอนเย็น ตอนเที่ยง และตอนค่ำตามลำดับ หลังจากผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์ ผลปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากเมื่อก่อนที่ผู้คนนิยมทานอาหารที่บ้านมากกว่าออกมาข้างนอก ตามที่ อัมพร จันทวิบูลย์ ได้กล่าวไว้ว่า วิถีชีวิตของผู้อาศัยในเมืองโดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินชีวิตมีรูปแบบที่เปลี่ยนไป มีการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือซื้อสำเร็จมากขึ้น ผู้วิจัยค้นพบว่าอิทธิพลของบุคคลสำคัญรอบข้าง และอิทธิพลของกระแสสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป



อีกทั้งอิทธิพลเหล่านี้สามารถส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกซื้ออาหารและเกิดความพึงพอใจนำไปบอกต่อ โดยผ่านการเล่าปากต่อปาก (อัมพร จันทวิบูลย์, 2560) และ นพวรรณ น้ำทับทิม และชวลีย์ ณ ถลาง ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผ่านทางวัฒนธรรมด้านอาหาร พบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวมาเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน ใช้เวลาเดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 300 บาท (นพวรรณ น้ำทับทิม และชวลีย์ ณ ถลาง, 2562)

ผลการวิเคราะห์ยังพบอีกว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารริมบาทวิถี มีการจัดการที่ดีในทุก ๆ ด้าน ดังที่ Jalivand, M. R., et al. ที่ได้กล่าวว่าการแนะนำจากนักท่องเที่ยวซึ่งพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจท่องเที่ยว เนื่องจากความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการท่องเที่ยว และได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านการบอกเล่าจากเพื่อน และจากการสำรวจยังพบอีกว่า สถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความนิยมในการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีมากที่สุด ลำดับแรกคือ ตลาดหน้าพระธาตุ รองลงมาตลาดคูขวาง และตลาดหลังดาวเรียงลำดับตามความนิยมของนักท่องเที่ยวจากมากไปหาน้อย และผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเที่ยวจะเดินทางมาเป็นกลุ่ม ดังนี้ ลำดับแรกเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน รองลงมาเดินทางมากับครอบครัว และการเดินทางมาคนเดียว (Jalivand, M. R., et al., 2012) นอกจากนี้ยังมีการศึกษา ความพึงพอใจของรณด์ท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่สวนเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก (สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ, 2558)

### สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 18–20 ปี มีสถานภาพโสดเป็นส่วนมาก มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา มีภูมิลำเนา อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อชิมอาหาร มีจุดประสงค์หลักในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มส่วนมากชอบอาหารทานเล่น มีเพื่อนเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้ออาหาร ใช้เวลาในการซื้ออาหารตอนเย็น จากตลาดหน้าพระธาตุ ซึ่งได้รับข้อมูล



จากเพื่อนและญาติ และวางแผนในการใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาท ข้อเสนอแนะในการศึกษามีดังนี้ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของอาหารริมบาทวิถีมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วและราคาถูกกว่าร้านอาหาร จึงเป็นช่องทางให้ผู้จำหน่ายอาหารสามารถสร้างอัตลักษณ์และคุณภาพในการบริการที่ดี จะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของด้านลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากเกิดสถานการณ์ Covid 19 ทางผู้จำหน่ายอาหารจำเป็นจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้า โดยทางร้านจะต้องมีมีเจลล้างมือให้บริการและสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). กรมการท่องเที่ยวจัดอบรมอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว. ไทยโพสต์. เรียกใช้เมื่อ 12 มีนาคม 2563 จาก <https://www.ryt9.com>
- ทิพารัตน์ สัญพงศ์. (2557). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี กรณีศึกษาเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธุรกิจการท่องเที่ยว. (2563). บทที่ 2 ลักษณะของอุตสาหกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว. เรียกใช้เมื่อ 14 มีนาคม 2563 จาก <https://sites.google.com/site/unakkapongnot>
- นพวรรณ น้ำทับทิม และชวลีย์ ณ ถกลาง. (2562). แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวผ่านวัฒนธรรมด้านอาหาร ในเขตบางกอกน้อยเขตบางกอกใหญ่และเขตคลองสาน. วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร, 10(2), 261-273.
- บริษัท เว็บไซต์ดี จำกัด (มหาชน). (2563). ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช. เรียกใช้เมื่อ 12 มีนาคม 2563 จาก <https://www.sawadee.co.th/thai/nakhonsithammarat/>
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2560). แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร: อักษรกราฟฟิคแอนด์ดีไซน์.
- สำนักสถิติงานจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2559). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดนครศรีธรรมราช. เรียกใช้เมื่อ 12 มีนาคม 2563 จาก <http://nksitham.nso.go.th/>
- สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ. (2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา ไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. ใน สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อัมพร จันทวิบูลย์. (2560). การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตส่งเสริมเศรษฐกิจและท่องเที่ยวไทย. Thailand Journal of Health Promotion and Environmental Health, บทความพิเศษ(ตุลาคม-ธันวาคม), 11-19.



Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons.

Jalivand, M. R., et al. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: an integrated approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), 134-143.

Wongnai. (2563). ร้าน สตรีทฟู้ด/รถเข็น ยอดนิยม ในเมืองนครศรีธรรมราช. เรียกใช้เมื่อ 12 มีนาคม 2563 จาก <https://www.wongnai.com/restaurants?>