



## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทาง กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

### FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF LOCAL STREET FOOD BUSINESSES IN THAILAND'S LOWER CENTRAL REGION

จัทมาศ พีรพัชระ และอินธีมา หิรัญอัครวงศ์

Chutamas Peeraphatchara and Intheema Hirunakrawong

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

พัชรนันท์ ยั่งวรวิเชียร\*

Patcharanun Youngworawichian

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Institute of Research and Development, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

\*Corresponding Author E-mail: patcharanun.y@mutp.ac.th

Received September 8, 2025; Revised January 13, 2026; Accepted January 20, 2026

#### บทคัดย่อ

อาหารริมทางเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและสังคม และมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจดังกล่าว กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 400 คน รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในมิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีมิติด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.41) ขณะที่ความสำเร็จของธุรกิจด้านยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.26) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และการแสดงออกถึงความเป็นไทยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่บางปัจจัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงลบหรือแตกต่างกันตามมิติของความสำเร็จ ทั้งนี้ ปัจจัยการดำเนินงานโดยรวมสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของธุรกิจได้ประมาณร้อยละ 21-30 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการกำหนดแนวทางพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การจัดทำพื้นที่ต้นแบบอาหารริมทางตามมาตรฐานสุขาภิบาล และเป็นฐานข้อมูลสำหรับการศึกษารูปแบบธุรกิจอาหารริมทางภายใต้บริบทเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง

**คำสำคัญ:** ปัจจัยความสำเร็จ, ธุรกิจร้านอาหารริมทาง, กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง, นวัตกรรม



## Abstract

Street food is closely associated with culture and society and plays an important role in supporting economic activities. This study aimed to 1) examine operational factors of local street food businesses in the Lower Central Region, 2) investigate business success, and 3) analyze the influence of operational factors on business success. The sample consisted of 400 local street food operators in the Lower Central Region 2. Data were collected using a questionnaire and analyzed using descriptive statistics (mean and standard deviation) and inferential statistics through multiple regression analysis with the enter method. The results indicated that overall business operations in terms of health, economic, social, cultural, and innovation dimensions were at a high level (mean = 4.08), with the social dimension showing the highest mean score (4.41). Business success in terms of sales and profit, recommendation, and customer satisfaction was also at a high level (mean = 4.08), with customer satisfaction ranking highest (mean = 4.26). Service quality, online marketing communication, food cleanliness and safety, food uniqueness, and the expression of Thai identity had a statistically significant positive influence on business success, while some operational factors showed negative or varied relationships depending on the success dimension. Overall, the operational factors examined were able to explain approximately 21–30% of the variance in business success. The findings provide empirical evidence for developing guidelines to enhance operators' capabilities, establishing hygienic street food prototype areas, and supporting further studies on street food businesses under changing economic and social contexts.

**Keywords:** Success factors, Street food business, Lower central region, Innovation

## บทนำ

อาหารริมทางเป็นปรากฏการณ์ด้านอาหารระดับโลกที่มีความเชื่อมโยงกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยของอาหารในรูปแบบที่แตกต่างกัน (Gonçalves, 2024) มักปรุงและจำหน่ายในพื้นที่สาธารณะ เช่น ริมน้ำพุตบาท หน้าตึกแถว ย่านการค้า หรือในชุมชนหนาแน่น และมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามถนนหรือย่านการค้า เช่น ตลาดโต้รุ่ง (อัมพร จันทวิบูลย์ และคณะ, 2564) ส่วนใหญ่เป็นอาหารแบบดั้งเดิมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ใช้วัตถุดิบสดใหม่จากท้องถิ่นและสูตรอาหารที่แตกต่างกัน มีลักษณะและรูปแบบการจำหน่ายที่แตกต่างไปตามบริบทพื้นที่ จึงมีบทบาทในการเชื่อมโยงกับพื้นที่และวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเติบโตควบคู่กับอุตสาหกรรมบริการผ่านการผสมผสานระหว่างอาหารท้องถิ่นและคุณค่าทางวัฒนธรรม



สำหรับประเทศไทย พบว่า อาหารริมทางแพร่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค โดยเฉพาะในเมืองที่มีบทบาททางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากลักษณะของอาหารที่ปรุงสำเร็จ รับประทานสะดวก เข้าถึงง่าย ราคาไม่สูง และมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมอาหารของประเทศ (Jeaheng et al., 2023) ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 มูลค่าตลาดของธุรกิจอาหารริมทางจะเติบโตสูงกว่ากลุ่มธุรกิจอาหารอื่นประมาณร้อยละ 7 จากมูลค่ารายได้รวม 261,000 ล้านบาท โดยได้รับแรงหนุนจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการนำเสนอประสบการณ์เชื่อมโยงกับความแท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่น (พีรพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์, 2569)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอาหารริมทางจะมีส่วนสำคัญช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้เดินทางมายังประเทศไทย ด้วยความหลากหลายของเมนูอาหาร ผนวกกับรสชาติที่โดดเด่น ราคาย่อมเยา ทำให้ครองใจนักท่องเที่ยวทั่วโลก แต่ผลกระทบจากการท่องเที่ยวและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนก่อให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย ปัญหาขยะเพิ่มมากขึ้นจากการใช้ภาชนะฟุ่มเฟือย และการจัดการขยะที่ไม่ถูกต้อง สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) จึงมีนโยบายพลิกโฉมอาหารริมทางของไทยให้มีสุขอนามัยที่ดี สะอาดปลอดภัย ไม่สร้างมลภาวะ และสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค กำหนดให้รักษามาตรฐานอาหารริมทางด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารในร้านค้าแผงลอย และพัฒนานวัตกรรมด้านสุขาภิบาลอาหารด้วยการสร้างต้นแบบเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับมาตรฐานอาหารริมทางและส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และคัดเลือกพื้นที่ที่มีการจัดบริการอาหารริมทางใน 12 จังหวัดแต่ไม่ครอบคลุมจังหวัดในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2563) ที่ผ่านมา มีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการอาหารริมทาง และรูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว (ชนบท บัวหลวง, 2564; ชัยนันต์ ไชยเสน, 2563) โดยมุ่งศึกษาในมุมมองนักท่องเที่ยวแต่ยังไม่ปรากฏงานที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จเชิงประจักษ์ของผู้ประกอบการในพื้นที่

จากบริบทและงานวิจัยที่ผ่านมา ยังพบข้อจำกัดของรูปแบบการวิจัยอาหารริมทาง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทาง ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ที่มีลักษณะโดดเด่นด้านอาหารท้องถิ่น เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญแต่ยังไม่ได้เป็นพื้นที่ในโครงการของกรมอนามัย โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยสู่รูปแบบการจัดการธุรกิจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางและใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้แก่ธุรกิจระดับจังหวัด โดยกำหนดคำถามวิจัยว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการด้านใดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทางด้านยอดขาย การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งงานวิจัยนี้ อาหารท้องถิ่นริมทาง หมายถึง อาหารที่ผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำหน่ายในรูปแบบอาหารริมทาง และได้รับการประเมินการดำเนินงานตามมิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม



## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. ความสำคัญของอาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในมิติทางสังคมและเศรษฐกิจ เพราะมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น เชื่อมโยงสังคมในชุมชน สร้างรายได้แก่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการผ่านการเข้าถึงตลาดโดยตรง และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Stein, & Santini, 2022; พัชรศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และ จุฑามาศ พีร์พัชระ, 2567) Zhang et al. (2019) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิมเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มองหาความแปลกใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์ด้วยการค้นหาต้นตำรับอาหาร โดยเลือกผู้ปรุง ผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ความจริงแท้ของอาหารในทุกมิติ จึงขึ้นชอบร้านอาหารที่ดำเนินงานโดยผู้คนในท้องถิ่น ผสานลักษณะท้องถิ่นที่รู้จักและไม่รู้จักผ่านวัฒนธรรม และยังใช้เป็นเครื่องมือดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นสื่อบอกเล่าเรื่องราวการดำเนินชีวิตสืบต่อกันมา หากเชื่อมโยงอาหารและการท่องเที่ยวได้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

### 2. อาหารริมทาง

อาหารริมทางเป็นอาหารที่จำหน่ายอยู่ริมฟุตบาทบริเวณที่ทางราชการอนุญาต ได้แก่ ที่ทางสาธารณะ ที่ราชพัสดุ ที่สาธารณประโยชน์ บริเวณวัด หรือที่ริมน้ำ อาจจัดตั้งแบบถาวรหรือเคลื่อนย้ายได้ตามเวลาที่กำหนด โดยกรมอนามัยได้ให้ข้อกำหนดการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมทางประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านสุขภาพ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านวัฒนธรรม มีการจัดโครงการพัฒนาอาหารริมทางปลอดภัยให้ได้มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่ 12 จังหวัดทุกภูมิภาค (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2563) ความสนใจเรื่องอาหารริมทางเพิ่มขึ้นตามกระแสความนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้น จุดหมายปลายทางจึงพยายามศึกษาความต้องการและทำความเข้าใจถึงเหตุผลที่อาหารริมทางได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ด้วยความเป็นธุรกิจขนาดเล็กแบบดั้งเดิม เป็นรายได้พื้นฐานของเศรษฐกิจฐานราก หลายประเทศจึงถือว่าธุรกิจนี้มีความสำคัญทางวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ และนักท่องเที่ยวเห็นว่า อาหารริมทางมีให้เลือกหลากหลายกว่าในร้านอาหาร และยังช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเชื่อมโยงด้านอาหาร โดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย (Jeaheng & Han, 2020; Henderson, 2019)

### 3. งานวิจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทาง

ผลการศึกษาของ Jeaheng et al. (2023) ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพอาหารริมทางไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ความเหมาะสมของราคา การมีส่วนร่วม และความตั้งใจซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยว



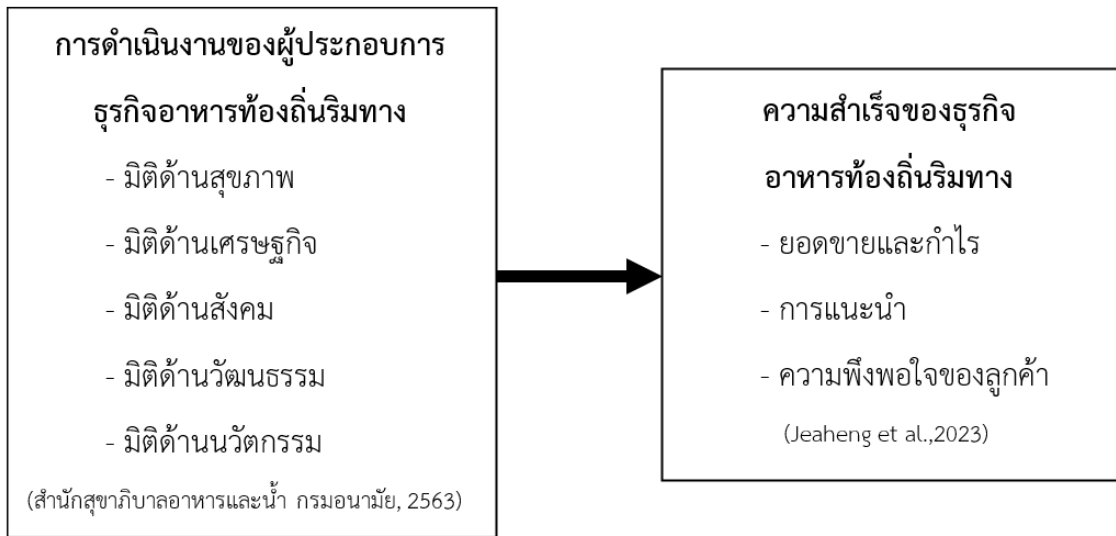
ได้แก่ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ความปลอดภัยและสุขอนามัย รสชาติและประสาทสัมผัส การบริการ สภาพแวดล้อม ราคาที่สมเหตุสมผล ช่วยเสริมการมีส่วนร่วมและเพิ่มโอกาสการซื้อซ้ำ ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกับการรับรู้ราคาพบว่าเด่นชัดมากในนักท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมตะวันออก Jeaheng & Han (2020) พบว่า อาหารริมทางไทยจัดกลุ่มเป็น 9 มิติ ได้แก่ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและท้องถิ่น เมนูและบรรยากาศ การบริการของพนักงาน คุณภาพอาหารหลัก ความคุ้มค่า ความน่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ และอื่น ๆ มีความสำคัญเชิงบวกในการทำนายพฤติกรรมการบริโภค นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังเลือกที่จะจ่ายเมื่อมั่นใจว่า อาหารนั้นสะอาดและปลอดภัยต่อสุขภาพด้วย (Salamandane et al., 2023; Shi & Nuangjamnong, 2023) การแนะนำการดำเนินงานจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยบ่งชี้ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการอาหารริมทาง ได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่มีความสำคัญในชีวิต ในการให้คำแนะนำหรือบอกต่อ นำมาซึ่งความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการที่ตรงความต้องการ (Tacadon et al., 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า อาหารท้องถิ่นและอาหารริมทางได้รับการยอมรับว่าเป็นทรัพยากรสำคัญที่เชื่อมโยงมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว โดยทำหน้าที่ทั้งสร้างรายได้และถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านประสบการณ์ด้านอาหาร งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเน้นคุณค่าความจริงแท้ของอาหารและประสบการณ์ผู้บริโภค เช่น ความปลอดภัย รสชาติ การบริการ และบรรยากาศ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภค ขณะทำงานเชิงนโยบายของกรมอนามัยมุ่งพัฒนามาตรฐานอาหารริมทางในมิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ความแตกต่างดังกล่าวแสดงให้เห็นช่องว่างของงานวิจัยที่ยังขาดการบูรณาการกรอบการดำเนินงานของผู้ประกอบการกับผลลัพธ์เชิงธุรกิจโดยตรง และยังไม่ครอบคลุมมิติด้านนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจในบริบทปัจจุบัน งานวิจัยนี้จึงพัฒนากรอบแนวคิดโดยประยุกต์กรอบการพัฒนาอาหารริมทางของกรมอนามัยและขยายด้วยมิติด้านนวัตกรรม เพื่ออธิบายความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในมิติของยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการในมิติคุณภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า ตามแผนภาพที่ 1 และกำหนดสมมติฐานเชิงแนวคิด ดังนี้

การดำเนินงานของผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ในมิตียอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ใช้สูตรการคำนวณสำหรับประชากรไม่ทราบจำนวนของ Cochran (1953) เพื่อประมาณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 384 คน ทั้งนี้ สูตรดังกล่าวใช้เพื่อกำหนดจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ เนื่องจากลักษณะของธุรกิจอาหารริมทางไม่มีกรอบรายชื่อประชากรที่ชัดเจนและมีข้อจำกัดเชิงปฏิบัติในการเข้าถึงผู้ประกอบการ งานวิจัยนี้จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยอาศัยความสะดวกในการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่สามารถเข้าถึงได้และยินยอมให้ข้อมูล ซึ่งเป็นแนวทางที่นิยมใช้ในงานวิจัยด้านบริการและการตลาด (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2563; Jeaheng et al., 2023) ทั้งนี้ ได้ผู้ประกอบการจังหวัดละ 100 คน รวม 400 คน ซึ่งมากกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามตามแนวทางของสำนักสุขภาพอาหารและน้ำ กรมอนามัย (2563) แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 การดำเนินงานของผู้ประกอบการ มี 5 มิติ แต่ละมิติมีข้อคำถาม 6-9 คำถาม ตัวอย่างข้อคำถามมิติสุขภาพ ด้านคุณภาพอาหาร ได้แก่ 1) ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร 2) มีเทคนิคการปรุงอาหารที่โดดเด่นตามสูตรพื้นบ้าน ตอนที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจ มี 3 ด้าน แต่ละด้านมีข้อคำถาม 3 คำถาม ตัวอย่างข้อคำถามความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ 1) ลูกค้าแสดงความชื่นชมรสชาติอาหารทั้งต่อหน้าและผ่านการบอกต่อ 2) ลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ด้วยการคำนวณดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าระหว่าง 0.80–1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ได้ค่าเท่ากับ 0.91 สูงกว่าเกณฑ์ 0.70 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการวิจัย (Cronbach, 1972; ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2562)



3. รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จัดทำแบบสอบถามในรูปแบบของเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์และส่งลิงก์แบบสอบถามผ่านระบบ Google Form ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ตอบ มีการปฏิบัติตามจริยธรรมการวิจัยโดยขอความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถาม และการรักษาความลับของข้อมูล โดยดำเนินการระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง โดยพิจารณาัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Islam & Ullah, 2022) การแปลผลค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงคะแนนเท่ากัน ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.41–4.20 ระดับมาก 2.61–3.40 ระดับปานกลาง 1.81–2.60 ระดับน้อย และ 1.00–1.80 ระดับน้อยที่สุด

## ผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ที่ 1** ปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง (n=400)

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
<b>มิติด้านสุขภาพ</b>	<b>4.10</b>	<b>0.52</b>	<b>มาก</b>
1. คุณภาพอาหาร	4.10	0.52	มาก
2. ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	3.87	0.52	มาก
3. คุณภาพการบริการ	4.33	0.52	มากที่สุด
<b>มิติด้านเศรษฐกิจ</b>	<b>3.97</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>
1. ความคุ้มค่าสมราคา	4.25	0.50	มากที่สุด
2. การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)	3.99	0.40	มาก
3. การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	3.90	0.45	มาก
4. การสนับสนุน	3.76	0.50	มาก
<b>มิติด้านสังคม</b>	<b>4.41</b>	<b>0.49</b>	<b>มากที่สุด</b>
1. ความหลากหลายของอาหาร	4.04	0.51	มาก
2. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร	4.17	0.46	มาก
3. การเข้าถึงได้ง่าย	4.22	0.50	มากที่สุด
<b>มิติด้านวัฒนธรรม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>
1. ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.18	0.55	มาก
2. การแสดงออกถึงความเป็นไทย	4.02	0.62	มาก
<b>มิติด้านนวัตกรรม</b>	<b>3.82</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>
1. การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	3.71	0.61	มาก
2. การสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.93	0.51	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง</b>	<b>4.08</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>



จากตารางที่ 1 การดำเนินงานของผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นริมทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า มิติด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.41$ ) รองลงมาคือ มิติด้านสุขภาพ ( $\bar{X} = 4.10$ ) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ในขณะที่มิติด้านวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 4.10$ ) มิติด้านเศรษฐกิจ ( $\bar{X} = 3.97$ ) และมิติด้านนวัตกรรม ( $\bar{X} = 3.82$ ) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

**วัตถุประสงค์ที่ 2** ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** แสดงความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	(n=400)
			ระดับ
ยอดขายและกำไร	3.86	0.64	มาก
การแนะนำ	4.13	0.66	มาก
ความพึงพอใจของลูกค้า	4.26	0.65	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง</b>	<b>4.08</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.26$ ) รองลงมาคือ ด้านการแนะนำ ( $\bar{X} = 4.13$ ) และยอดขายและกำไร ( $\bar{X} = 3.86$ ) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

**วัตถุประสงค์ที่ 3** อิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งไม่ควรสูงเกิน 0.80 ผลการศึกษาพบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่เกินเกณฑ์ดังกล่าว แสดงว่าไม่พบปัญหาความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Multicollinearity) สามารถนำไปวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง แสดงดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง	ยอดขายและกำไร	การแนะนำ	ความพึงพอใจของลูกค้า
	Adj-R <sup>2</sup> = 0.215	Adj-R <sup>2</sup> = 0.245	Adj-R <sup>2</sup> = 0.299
คุณภาพอาหาร	-0.134**	0.007	-0.072*
ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	0.216**	0.100*	-0.124**
คุณภาพการบริการ	-0.188**	0.085*	0.258*
ความคุ้มค่าสมราคา	0.002	0.060*	0.103*
การบริหารจัดการ	0.096	-0.028	0.151*



การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ท้องถิ่นริมทาง	ยอดขายและกำไร	การแนะนำ	ความพึงพอใจ ของลูกค้า
	Adj-R <sup>2</sup> = 0.215	Adj-R <sup>2</sup> = 0.245	Adj-R <sup>2</sup> = 0.299
การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	-0.107	-0.083*	0.214**
การสนับสนุน	-0.078	0.075*	0.005
ความหลากหลายของอาหาร	-0.219**	0.014	-0.023
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร	-0.098	0.085*	-0.173**
การเข้าถึงได้ง่าย	0.152**	0.067	0.186**
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	0.197**	0.013	0.149**
การแสดงออกถึงความเป็นไทย	0.101*	0.214**	0.123**
การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	0.006	-0.099*	-0.208**
การสร้างสรรค่นวัตกรรม	-0.006	-0.126*	0.078*

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางแตกต่างกันทั้งในด้านขนาดและทิศทางของผลกระทบ โดยด้านยอดขายและกำไร ปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และการแสดงออกถึงความเป็นไทยส่งผลเชิงบวก ขณะที่คุณภาพการบริการ ความหลากหลายของอาหาร และคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์เชิงลบ ด้านการแนะนำ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์อาหารส่งผลเชิงบวก ขณะที่ปัจจัยด้านนวัตกรรมบางประการส่งผลเชิงลบ ส่วนด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านการบริการ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การเข้าถึง และอัตลักษณ์อาหารส่งผลเชิงบวก ขณะที่บรรยากาศสถานที่และการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงลบ ทั้งนี้ ค่า Adjusted R<sup>2</sup> ของแบบจำลองอยู่ระหว่างร้อยละ 21–30 แสดงว่าผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จได้ในระดับปานกลาง และอาจมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากผลการศึกษาที่มีบทบาทต่อความสำเร็จของธุรกิจดังกล่าว

## อภิปรายผล

### การดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างอยู่ในระดับมากทุกมิติ โดยเฉพาะด้านคุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าสมราคา และการเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจอาหารริมทางที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว และความคุ้มค่าในการบริโภค ความสำเร็จของธุรกิจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านยอดขายและกำไรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการแนะนำและความพึงพอใจของลูกค้า ผู้วิจัยเห็นว่า ความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทางในพื้นที่ศึกษามาจากการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค ซึ่งเป็นหัวใจการแข่งขันของธุรกิจ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของพิชญ์ บางเขียว (2565) และชนบท บัวหลวง (2564) ที่ชี้ว่าอาหารริมทางมีบทบาทสำคัญในมิติทาง



เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงงานของ Jeaheng & Han (2020) ที่เน้นบทบาทของคุณภาพอาหาร การบริการ และความแท้จริงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยผลการวิจัยนี้อาจอธิบายได้จากบริบทของอาหารริมทางซึ่งเป็นธุรกิจที่เน้นการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่า ส่งผลให้ปัจจัยด้านการบริการ ราคา และการเข้าถึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจมากกว่าปัจจัยเชิงโครงสร้างอื่น

### อิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางแตกต่างกันทั้งด้านขนาดและทิศทางของผลกระทบ โดยปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ความสะอาดและความปลอดภัย การเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพการบริการ และการแสดงออกถึงความเป็นไทย มีบทบาทต่อความสำเร็จในหลายมิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ถูกคาดหวังการมาร่วมกับปัจจัยเกี่ยวข้องอื่น ๆ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของโอปอล์ สุวรรณเมฆ และอภิวรรณ กรมเมือง (2562) ที่พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงและรสชาติอาหารมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารริมทาง รวมถึงงานของ Praesri et al. (2022) ที่เสนอว่าการพัฒนาอาหารริมทางควรให้ความสำคัญกับราคา ผู้คน กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพควบคู่กัน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยัง พบว่า ความหลากหลายของอาหารมีความสัมพันธ์เชิงลบกับยอดขายและกำไร อาจอธิบายได้ว่า การเพิ่มจำนวนเมนูอาหารในบริบทของอาหารริมทางอาจทำให้ต้นทุนวัตถุดิบและการจัดการเพิ่มขึ้นและส่งผลต่อความต่อเนื่องของคุณภาพอาหาร ขณะที่ผู้บริโภคอาหารริมทางอาจให้คุณค่ากับเมนูเด่นหรือความชำนาญเฉพาะด้านมากกว่าความหลากหลายของเมนู นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจของลูกค้า อาจเกิดจากการนำนวัตกรรมที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคมาใช้ ซึ่งอาจลดระดับความคุ้นเคยและความรู้สึกถึงความแท้จริงของอาหารริมทาง ทั้งนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Jeaheng & Han (2020) ที่ให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์และความแท้จริงของอาหารมากกว่านวัตกรรมเชิงเทคนิค

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยผ่านกรอบ Street Foods Model พบว่า ปัจจัยด้านสุขอนามัย รสชาติ อัตลักษณ์อาหาร และการสนับสนุน มีบทบาทเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทาง ขณะที่ปัจจัยด้านนวัตกรรมควรนำมาใช้ให้เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่นและความคาดหวังของผู้บริโภค สอดคล้องกับข้อเสนอของชัยนันต์ ไชยเสน (2563) และนโยบายภาครัฐที่มุ่งยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารริมทาง (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2561) ทั้งนี้ ค่า Adjusted R<sup>2</sup> ที่อยู่ในช่วงร้อยละ 21–30 บ่งชี้ว่า ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในปัจจัยที่ศึกษา เช่น ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ทูน่าทางสังคม ท่าเลที่ตั้ง และบริบทเชิงพื้นที่ (Abdullah et al., 2023) ซึ่งควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในงานวิจัยสำหรับอนาคต



## องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ ค้นพบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตามแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในระดับเชิงประจักษ์และเชิงปฏิบัติ โดยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางส่งผลต่อความสำเร็จในทิศทางที่แตกต่างกัน สามารถจัดลำดับปัจจัยที่มีบทบาทเชิงบวกอย่างเด่นชัด ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และการแสดงออกถึงความเป็นไทย ขณะเดียวกันยังพบความสัมพันธ์เชิงลบของบางปัจจัย เช่น ความหลากหลายของอาหารและการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรมต่อความสำเร็จบางมิติ ซึ่งเป็นประเด็นที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ยังกล่าวถึงไม่ชัดเจน องค์ความรู้นี้สามารถใช้เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานระดับจังหวัดในการสนับสนุนและยกระดับธุรกิจอาหารริมทางให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และความต้องการของผู้บริโภค

## สรุป

ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างอยู่ในระดับสูง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลเด่น ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์และการแสดงออกถึงความเป็นไทย รวมถึงการเข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ ปัจจัยการดำเนินงานทั้ง 14 ด้านสามารถอธิบายความสำเร็จของธุรกิจได้ประมาณร้อยละ 21-30 ซึ่งให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากแบบจำลองที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนและยกระดับธุรกิจอาหารริมทางให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่



## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง หน่วยงานระดับจังหวัดจึงควรจัดโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเน้นอบรมด้านจิตบริการ การสื่อสารกับลูกค้า และการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและการบอกต่อของผู้บริโภค

1.2 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร เป็นความคาดหวังหลักของผู้บริโภค จึงควรได้รับการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดแนวทาง อาทิ จัดทำพื้นที่ต้นแบบอาหารริมทางที่ผ่านมาตรฐานสุขาภิบาล รับรองร้านอาหารริมทางปลอดภัย ผูกอบรมด้านสุขลักษณะและการจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและยกระดับภาพลักษณ์อาหารริมทางในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงในบริบทพื้นที่ต่าง ๆ เช่น โครงสร้างต้นทุน ท่าเลที่ตั้ง และลักษณะผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความแม่นยำในการอธิบายความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทาง

2.2 ควรศึกษาความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทางโดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน เปรียบเทียบมุมมองของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ และอาจใช้การวิจัยเชิงติดตามเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายและพฤติกรรมผู้บริโภคในระยะยาว

## เอกสารอ้างอิง

- ชนบท บัวหลวง. (2564). นโยบายสาธารณะ: การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดลพบุรี. *วารสารสาธารณสุขและวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 4(1), 175–190. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/tjph/article/view/248982>
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2563). อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 9(2), 120–127. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/view/241859>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 18). บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พัชรศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และจุฑามาศ พีรพัชระ. (2567). เส้นทางท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารชุมชนภูเก็ต. *วารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(1), 179-193. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/274943/182847>
- พิชญ์ บางเขียว. (2565). อาหารริมบาทวิถีฝั่งธนบุรี: การเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารที่ทัศนวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 21(1), 145–165. <https://culture.bsru.ac.th/wp-content/uploads/2022/06/10-ที่ทัศน-21-ฉ1-ปี65-อาหารริมบาทวิถี.pdf>



- พีรพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์. (2569, 7 มกราคม). *สภาวะ Thailand Street food*. Businesscoach. [https://businesscoach.co.th/%E0%B8%AA%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%B0%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88streetfood-thailand/#\\_Toc218671705](https://businesscoach.co.th/%E0%B8%AA%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%B0%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88streetfood-thailand/#_Toc218671705)
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. เจริญดีมีนคังการพิมพ์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *SDGs กับอาหารริมทาง*. <https://www.sdgsport-th.org/2021/02/sdgs-street-food/>
- สำนักสุขภาพิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. (2563). *คู่มือการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี (Street Food Good Health)*. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- อัมพร จันทวิบูลย์, ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, ประภัศสร ผลวงษ์, ศิริวรรณ ลิ้มปริงซี่ และนันทิยาณี แก้วเรือง. (2564). การพัฒนารูปแบบตลาดสด (ประเภท 1) บนฐานวิถีชีวิตใหม่. *วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 44(3), 90–102. [https://km.anamai.moph.go.th/web-upload/53x55a084987dc6d8919ac62a437d2bcf15/m\\_magazine/35516/4030/file\\_download/f444976cfd038a460a601b1095fc2e91.pdf](https://km.anamai.moph.go.th/web-upload/53x55a084987dc6d8919ac62a437d2bcf15/m_magazine/35516/4030/file_download/f444976cfd038a460a601b1095fc2e91.pdf)
- โอปอล์ สุวรรณเมฆ และอภิวรรณ กรมเมือง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 10(2), 144–155. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/11958>
- Abdullah, T., Lee, C., & Carr, N. (2023). Defining success and failure in the hospitality industry's microenterprises: A study of Indonesian street food vendors. *International Journal of Hospitality Management*, 109, 103403. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103403>
- Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical Problems of the Kinsey Report. *Journal of the American Statistical Association*, 48(264), 673–716. <https://doi.org/10.1080/01621459.1953.10501194>
- Cronbach, L. J., Gleser, G. C., Nanda, H., & Rajaratnam, N. (1972). *The dependability of behavioral measurement*. John Wiley.
- Gonçalves, B. V., Da Silva, B. V., & Andrade, A. A. (2024). Street food: Assessing its impact on public health, economy, and society in light of nutritional benefits and microbial risks – a narrative review. *Acta Biologica Brasiliensia*, 7(2), 31–45. <https://doi.org/10.18554/acbiobras.v7i2.8047>
- Henderson, J.C. (2019). *Street Food and Tourism: A Southeast Asian Perspective*. In: Park, E., Kim, S., Yeoman, I. (eds) *Food Tourism in Asia. Perspectives on Asian Tourism*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-13-3624-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-13-3624-9_4)
- Islam, D. N., & Ullah, G. M. (2022). Factors affecting consumers' preferences on fast food items in Bangladesh. *Journal of Applied Business Research*, 26(4), 131-146. <https://doi.org/10.19030/jabr.v26i4.313>



- Jeaheng, Y., & Han, H. (2020). Thai street food in the fast growing global food tourism industry: Preference and behaviors of food tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 641–655. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.001>
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., Chua, B. L., Ngah, A. H., Ryu, H. B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on traveler behavioral intention: Exploring cultural difference (eastern versus western). *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 223–240. <http://dx.doi.org/10.2147/PRBM.S371806>
- Praesri, S., Meekun, K., Lee, T. J., & Hyun, S. S. (2022). Marketing mix factors and a business development model for street food tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 123–127. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.06.007>
- Salamandane, A., Malfeito-Ferreira, M., & Brito, L. (2023). The Socioeconomic Factors of Street Food Vending in Developing Countries and Its Implications for Public Health: A Systematic Review. *Foods*, 12(20), 3774. <https://doi.org/10.3390/foods12203774>
- Shi, H., & Nuangjamnong, C. (2023). A quantitative study of factors affecting customer satisfaction of the street food restaurants in Bangkok. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 3(5), 44–56.
- Stein, A. J., & Santini, F. (2022). The sustainability of “local” food: A review for policy-makers. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 103(1), 77–89. <https://doi.org/10.1007/s41130-021-00148-w>
- Tacardon, E. R., Ong, A. K. S., & Gumasing, M. J. J. (2023). The perception of food quality and food value among the purchasing intentions of street foods in the capital of the Philippines. *Sustainability*, 15(16), 12549. <https://doi.org/10.3390/su151612549>
- Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. *Sustainability*, 11(12), 3437. <https://doi.org/10.3390/su11123437>