

**การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร**

**Prioritizing the Influencing Factors for Decision-Making
to Use Cafeteria Services at Naresuan University**

เจษฎา โพธิ์จันทร์¹, ณัฐธิดา วงศาฟู¹, ปฏิพัทธ์ ม่วงรักษา¹, สุพัตรา ประดิษฐ์¹, ณัฐชา ปันชุม^{2*}
Jessada Pochan¹, Nattida Wongsafu¹, Patipat Moungruksa¹, Suphatta Praditnut¹,
Natchaya Punchum^{2*}

¹คณะโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยนเรศวร อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ประเทศไทย 65000

²คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย 50100

สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย 20230

¹Faculty of Logistics and Digital Supply Chain, Naresuan University, Mueang, Phitsanulok, Thailand, 65000

²Faculty of Innovation Technology & Creativity, The Far Eastern University, Mueang, Chiang Mai, Thailand, 65000

*Corresponding author E-mail: Natchaya@feu.edu

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยวิธีดำเนินการได้ประยุกต์ใช้วิธีการเปรียบเทียบเชิงคู่และการวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ เพื่อประเมินค่าถ่วงน้ำหนักในการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยซึ่งในกระบวนการมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 8 คน จาก 4 กลุ่มหลักคือ กลุ่มบุคลากรสายวิชาการ กลุ่มบุคลากรสายสนับสนุน กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มนักศึกษาบัณฑิตศึกษา เพื่อประเมินค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่เหมาะสม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ประกอบด้วย 12 ปัจจัย ได้แก่ เวลาและความสะดวก รายได้ ประสิทธิภาพและความคุ้นเคย ช่วงเวลาในการบริการ ความรวดเร็ว ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดบริเวณสถานที่ บรรยากาศโล่ง/โปร่ง รสชาติความหลากหลาย (ประเภทอาหาร) และวัตถุดิบในการทำอาหาร ผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ประสิทธิภาพและความคุ้นเคย (19.32%) รองลงมาคือ ความรวดเร็ว

(15.13%) และ ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร (14.61%) ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับการปรับปรุงและการพัฒนาในด้านต่างๆ ตามลำดับความสำคัญ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์, การเปรียบเทียบเชิงคู่, โรงอาหาร, พฤติกรรมผู้บริโภค

ได้รับเมื่อ 1 กันยายน 2567; แก้ไขเมื่อ 14 กันยายน 2567; ตอบรับการตีพิมพ์เมื่อ 17 กันยายน 2567

Abstract

This article aims to analyze and prioritize the factors influencing decision-making to use the cafeteria services at Naresuan University. The methodology applied includes pairwise comparison and Analytical Hierarchy Process (AHP) to evaluate the weight of each factor. The survey respondents consisted of 8 staff members from Naresuan University, divided into four main groups: academic staff, supporting staff, undergraduate students, and graduate students, to assess the appropriate weight of each factor. The research findings identified 12 factors influencing for decision-making to use the cafeteria services at Naresuan University. These factors include time and convenience, income, experience and familiarity, service interval, speed of service, process of purchasing or receiving food, availability of facilities, cleanliness of the area, open/airy atmosphere, taste, variety (types of food), and cooking ingredients. additionally, the prioritization of these factors revealed that the most significant factor is experience and familiarity (19.32%), followed by speed of service (15.13%), and the process of purchasing or receiving food (14.61%). The results of this study can be utilized as a basis for decision-making in improving and developing various aspects according to the priority of factors to effectively meet the needs of the cafeteria users at Naresuan University.

Keywords: Analytic Hierarchy Process; Pair-Wise Comparison; Cafeteria; Consumer Behavior

Received: September 1, 2024; Revised: September 14, 2024; Accepted: September 17, 2024

1. บทนำ

ปัจจุบันอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ โดยมีส่วนทำให้วิถีชีวิตเกิดการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งไม่เพียงแต่ความเร่งรีบที่มีในสังคมไทยแต่ยังส่งผลให้มนุษย์คำนึงถึงอาหารที่ดี สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ (มังกูการ เจริญรอย, 2553) ดังนั้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

ส่งผลให้ร้านอาหารมีการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันมีการปรับปรุงและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับรสชาติ คุณภาพอาหาร และการให้บริการต่างๆ เพียงเท่านั้น แต่ยังมีการเพิ่มกลยุทธ์ทางด้านราคา เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการในร้านให้ได้มากที่สุด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แต่การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารได้ เนื่องจากต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาด้วย (กรมพัฒนาธุรกิจ, 2562) ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ต่างต้องมีการพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ทั้งการนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย เพื่อแข่งขัน ในอุตสาหกรรมของธุรกิจร้านอาหาร (กรวรรคณ อุดทสรพ์ และจุฑาทิพย์ เดชยางกูร, 2563)

ปัจจุบันร้านอาหารในมหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นศูนย์รวมร้านอาหารที่มีหลากหลายประเภทและครบวงจร เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ร้านเครื่องดื่ม ร้านข้าวแกง และร้านอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน และยังสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ในโรงอาหารได้ เช่น เป็นสถานที่นัดหมาย พบปะพูดคุย อ่านหนังสือ และนั่งทำงาน เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการให้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากโรงอาหารภายในมหาวิทยาลัยนเรศวรมีจำนวนแค่ 8 แห่ง ได้แก่ 1) โรงอาหาร NU Canteen 2) โรงอาหาร NU Square 3) โรงอาหารคณะมนุษยศาสตร์ 4) โรงอาหารคณะวิศวกรรมศาสตร์ 5) โรงอาหารคณะแพทยศาสตร์ 6) โรงอาหารคณะเกษตรศาสตร์ 7) โรงอาหารคณะเภสัชศาสตร์ และ 8) โรงอาหารคณะวิทยาศาสตร์ ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรของมหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีสูงถึง 34,129 คน พบว่า โรงอาหารแต่ละแห่งจะต้องรองรับผู้ใช้งานสูงถึงประมาณ 4,300 คน/แห่ง แต่ปัจจุบันโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรสามารถรองรับได้ประมาณ 600 คน/แห่ง เท่านั้น ส่งผลทำให้ผู้บริโภคส่วนมากต้องรับประทานอาหาร และยังคงเผชิญกับการแข่งขันกับบุคคลอื่นๆ เพื่อให้ทันตามช่วงเวลาทางมหาวิทยาลัยได้กำหนดไว้ ส่งผลให้บางส่วนตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารภายนอกมหาวิทยาลัยนเรศวร และรับประทานอาหารแปลกใหม่ตามกระแสนิยมรวมถึงปฏิเสธอาหารแบบดั้งเดิม ทำให้ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาโรงอาหารอยู่เสมอตามความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ดังนั้นจากปัญหาดังที่กล่าวในข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในเรื่อง “การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ” โดยมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ หาปัจจัย และจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับการ

ปรับปรุงและการพัฒนาในด้านต่างๆ ตามลำดับความสำคัญสำหรับการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร
- 2.2 เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร

3. ทบทวนวรรณกรรม

3.1 พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้ออาหารแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอก เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น (ราช ศิริวัฒน์, 2560) ส่งผลให้การเลือกรับประทานอาหารจะแตกต่างกันไปตามช่วงวัย โดยปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละบุคคล เช่น ค่านิยม ทศนคติ และความชอบ เป็นต้น ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสังคมที่เป็นอยู่ ส่งผลให้ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน (ธรรมศักดิ์ สายแก้ว และคณะ, 2564) โดยผลจากการศึกษาข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค พบว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารด้วย นอกจากนี้ผลจากการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารในปัจจุบัน พบว่า คนไทยเลือกอาหารตามความชอบเป็นหลัก สะท้อนจากการให้ความสำคัญกับปัจจัยความชอบ รสชาติ และความอยากทานมากกว่าคุณภาพของอาหาร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรม โดยการกินของคนไทยจะเลือกซื้ออาหารจากความชอบแตกต่างจากอดีต ซึ่งในปี 2556 ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ รสชาติของอาหาร แต่ ในปี 2560 ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความชอบ รสชาติ ความอยากทาน ความสะอาด และความสะดวก ตามลำดับ โดยราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด (SCB: Teamdata, 2019) ดังนั้น ปัจจัยอันดับหนึ่งในการเลือกซื้ออาหารของคนไทยในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นว่า อาหารอร่อยอย่างเดียวอาจไม่พอต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงควรมีสิ่งอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย เช่น รูปแบบการนำเสนอ ประสบการณ์ และการบริการ เป็นต้น (Techsauce Team, 2019)

3.2 การเปรียบเทียบเชิงคู่ (Pair-Wise Comparison)

การเปรียบเทียบเชิงคู่เป็นวิธีการที่ L.L. Thurstone นักจิตวิทยาชาวอเมริกันนำมาประยุกต์ใช้ในปี ค.ศ. 1927 โดยเรียกวิธีการนี้ว่า “กฎการตัดสินเชิงเปรียบเทียบ: (Thurstone, 1927) ซึ่งเป็นการศึกษาในเชิงจิตวิทยาที่เน้นการเปรียบเทียบเป็นคู่ โดยให้เลือกว่าสิ่งใดในแต่ละคู่มีความคุณค่ามากกว่ากันในเชิงปริมาณ วิธีการนี้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยในหลายหัวข้อ เช่น ทักษะการที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Jackson, 1986) การศึกษาทางด้านวิศวกรรม (อารยา คำบุญศรี, 2562) การจัดการด้านพลังงาน (Pohekar et al., 2004) การศึกษาทางด้านโลจิสติกส์ (ณภัทร ศรีนวล และคณะ, 2559, ฉัตรชัย ใจทิยา และเสวนิตย์ เลขวัต, 2565) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ (ศุภณัฐ อิงคณิสาร, 2559) เป็นต้น

3.3 กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP)

กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพและสะดวกในการจัดลำดับความสำคัญ (Saaty, 2008) ซึ่งช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่ดีในสถานการณ์ที่ต้องมีการเลือก (Benyoucef et al., 2003; Ghodsypour & O'Brien, 1998; Ho et al., 2009) วิธีการนี้สามารถใช้ได้กับการตัดสินใจที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน โดยการเขียนปัญหาในรูปแบบโครงสร้างลำดับชั้น (Hierarchical Structure) และเป็นทฤษฎีที่นิยมใช้ในการตัดสินใจอย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน โดยการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด (Choice Process) คือขั้นตอนในการตัดสินใจเพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดของปัญหา ซึ่งวิธีที่นิยมใช้คือการประเมินความเหมาะสมในรูปของคะแนนรวม ซึ่งได้จากผลคูณของคะแนนปัจจัยที่เกี่ยวข้องและค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Vargas, 1990)

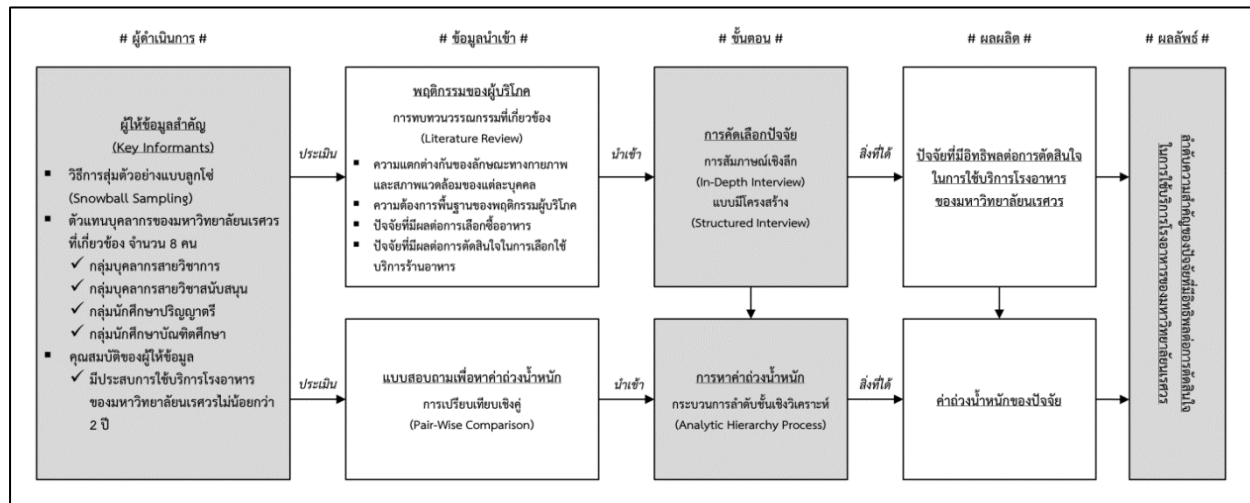
3.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา พบว่า (วันวิสาข์ อยู่เปี่ยม, 2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยของนิสิต มหาวิทยาลัยบูรพาจังหวัดชลบุรี พบว่าความพึงพอใจด้านราคา อยู่ในระดับที่มาก และความพึงพอใจด้านคุณภาพ การบริการ สถานที่และสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนปัจจัยด้านความหลากหลายของอาหาร ความสะอาด รสชาติ มีผลต่อความความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ (ยุพิน เกิดป้อม, 2564) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านคุณภาพวัตถุดิบ การเข้าถึง การให้บริการที่ง่าย มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภค (ชุติกานุจน์ สรรประเสริฐ และคณะ, 2563)

4. วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์หาปัจจัยและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1) การคัดเลือกปัจจัย และ 2) การหาค่าถ่วงน้ำหนัก ซึ่งทุกขั้นตอนดำเนินการผ่านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัย

4.1 การคัดเลือกปัจจัย

การคัดเลือกปัจจัยที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ดำเนินการโดยนำเข้าพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) ประกอบด้วย ความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ความต้องการพื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหาร และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งคือ ตัวแทนบุคลากรของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 คน จาก 4 กลุ่ม (กลุ่มละ 2 คน) ประกอบด้วย 1) กลุ่มบุคลากรสายวิชาการ 2) กลุ่มบุคลากรสายวิชาสนับสนุน 3) กลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี และ 4) กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยที่มีคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ไม่น้อยกว่า 2 ปี เนื่องจากแบบสอบถาม AHP ที่มีลักษณะ pairwise comparison ค่อนข้างซับซ้อน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างไม่มากนัก แต่เน้นให้ครอบคลุมถึงกลุ่มที่เกี่ยวข้องและเป็นการสุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) คือ การสุ่มเลือกตัวอย่างมา 1 คนจากนั้นผู้ที่ได้รับการเลือกจะทำการเสนอหรือคัดเลือกผู้คนที่มีความใกล้เคียงต่อไป โดยจะคล้ายกับการแนะนำปากต่อปาก (Goodman, 1961) เพื่อพิจารณาและประเมินเพื่อคัดเลือกปัจจัยในการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของ

มหาวิทยาลัยนเรศวร ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

4.2 การหาค่าถ่วงน้ำหนัก

การหาค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์ตัวแทนบุคลากรของมหาวิทยาลัยนเรศวรที่เกี่ยวข้อง (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ) ด้วยแบบสอบถามที่ได้ประยุกต์เทคนิควิธีการเปรียบเทียบเชิงคู่ (Pair-Wise Comparison) และกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process) ซึ่งในการเปรียบเทียบจะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เปรียบเทียบปัจจัยทีละคู่ โดยเปรียบเทียบเป็นระดับความสำคัญของอิทธิพล (Strength of Influence) ตามมาตราส่วน 9 ระดับ จากนั้นทำการสร้างเมทริกซ์การเปรียบเทียบเชิงคู่ และวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อได้ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยต่างๆ

แต่อย่างไรก็ตามมีการตรวจสอบความสอดคล้องของดุลยพินิจ โดยการคำนวณอัตราส่วนความสอดคล้อง (Consistency Ratio: CR) ในเมทริกซ์การเปรียบเทียบเชิงคู่ หากอัตราส่วนความสอดคล้องมีค่าเท่ากับศูนย์จะหมายความว่าภายในชุดของดุลยพินิจนั้นมีความสอดคล้องกันอย่างสมบูรณ์ และถ้าหากอัตราส่วนความสอดคล้อง (CR) มีค่ามากกว่าศูนย์แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 แสดงว่าดุลยพินิจนั้นมีความสอดคล้องกัน (ถือว่ายอมรับได้) แต่ถ้าหากอัตราส่วนความสอดคล้อง (CR) มีค่ามากกว่า 0.10 แสดงว่าดุลยพินิจนั้นไม่น่าเชื่อถือ (ถือว่ายอมรับไม่ได้) ซึ่งผู้ประเมินจะต้องทบทวนดุลยพินิจหรือทำการตอบแบบสัมภาษณ์ใหม่อีกครั้ง (Saaty, 1994)

5. ผลการวิจัย

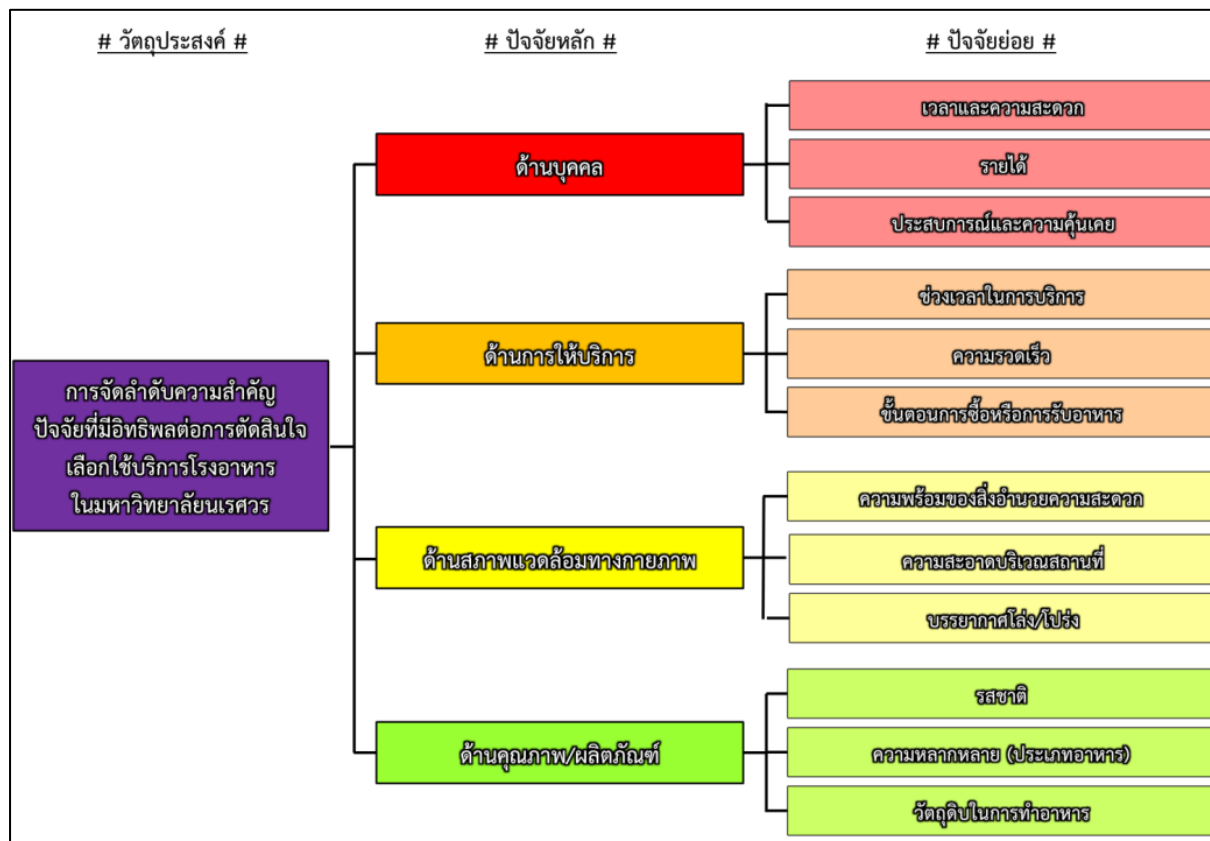
ผลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรสามารถแสดงผลการวิจัยตามลำดับขั้นตอนการดำเนินการได้ดังนี้

5.1 ผลการคัดเลือกปัจจัย

ผลการคัดเลือกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร มีโครงสร้างการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ (Hierarchy Structure) ดังแสดงในรูปที่ 2

จากรูปที่ 2 โครงสร้างการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยหลัก และ 2) ปัจจัยย่อย โดยปัจจัยหลัก ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อย ได้แก่ เวลาและความสะดวก รายได้ ประสบการณ์และความคุ้นเคย 2) ด้านการให้บริการ ปัจจัยย่อย ได้แก่ ช่วงเวลาในการบริการ ความรวดเร็ว ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร 3) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยได้แก่ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดบริเวณสถานที่ บรรยากาศโล่ง/โปร่ง และ 4) ด้านคุณภาพ/ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยได้แก่ รสชาติ ความหลากหลาย (ประเภทอาหาร) และวัตถุดิบในการทำอาหาร



รูปที่ 2 : โครงสร้างการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ

จากรูปที่ 2 โครงสร้างการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยหลัก และ 2) ปัจจัยย่อย โดยปัจจัยหลัก ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อย ได้แก่ เวลาและความสะดวก รายได้ ประสบการณ์และความคุ้นเคย 2) ด้านการให้บริการ ปัจจัยย่อยได้แก่ ช่วงเวลาในการบริการ ความรวดเร็ว ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร 3) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยย่อยได้แก่ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดบริเวณสถานที่ บรรยากาศโล่ง/โปร่ง และ 4) ด้านคุณภาพ/ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยได้แก่ รสชาติ ความหลากหลาย (ประเภทอาหาร) และวัตถุดิบในการทำอาหาร

5.2 ผลการหาค่าถ่วงน้ำหนัก

ผลการหาค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยที่ใช้ในการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัย

ปัจจัยหลัก		ปัจจัยย่อย			
ปัจจัย	ค่าน้ำหนัก (%)	ปัจจัย	ค่าน้ำหนัก (%)	ค่าถ่วงน้ำหนัก (%)	ลำดับความสำคัญของปัจจัย
ด้านบุคคล	24.04	เวลาและความสะดวก	11.81	2.84	10
		รายได้	7.82	1.88	12
		ประสบการณ์และความคุ้นเคย	80.37	19.32	1
ด้านการให้บริการ	32.40	ช่วงเวลาในการบริการ	8.21	2.66	11
		ความรวดเร็ว	46.70	15.13	2
		ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร	45.09	14.61	3
ด้านสภาพแวดล้อมและทางกายภาพ	23.98	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก	36.66	8.79	5
		ความสะอาดบริเวณสถานที่	47.75	11.45	4
		บรรยากาศโล่ง/โปร่ง	15.60	3.74	9
ด้านคุณภาพ/ผลิตภัณฑ์	19.58	รสชาติ	35.75	7.00	7
		ความหลากหลาย (ประเภทอาหาร)	25.33	4.96	8
		วัตถุดิบในการทำอาหาร	38.92	7.62	6
รวม	100.00	รวม		100.00	-

จากตารางที่ 1 แสดงค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัย แบ่งออกเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย โดยปัจจัยหลักที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้บริการ เท่ากับ 32.40% รองลงมาได้แก่ ด้านบุคคล ด้านสภาพแวดล้อม และทางกายภาพ และด้านคุณภาพ/ผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 24.04 23.98 19.58 ตามลำดับ หากพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านประสบการณ์และความคุ้นเคย เท่ากับ 80.37 % รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็ว และ ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร เท่ากับ 46.70 45.09 ตามลำดับ

6. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้านอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ประกอบด้วย 12 ปัจจัย ได้แก่ 1) เวลาและความสะดวก 2) รายได้ 3) ประสบการณ์และความคุ้นเคย 4) ช่วงเวลาในการบริการ 5) ความรวดเร็ว 6) ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร 7) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก 8) ความสะอาดบริเวณสถานที่ 9) บรรยากาศโล่ง/โปร่ง 10) รสชาติ 11) ความหลากหลาย (ประเภทอาหาร) และ 12) วัตถุดิบในการทำอาหาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ประสบการณ์และความคุ้นเคย โดยมีค่าถ่วงน้ำหนัก

สูงสุด คือ 19.32% (เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น) ทั้งนี้เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลเล็งเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรกับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จึงพิจารณาปัจจัยนี้สูงกว่าปัจจัยอื่น ๆ ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญรองลงมา คือ ความรวดเร็ว ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร และความสะอาดบริเวณสถานที่ โดยมีค่าถ่วงน้ำหนัก 15.13% 14.61% และ 11.45% ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพิน เกิดป้อม (2564) ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา โดยผลการวิจัย พบว่า การให้บริการความสะอาด มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา และขวัญฤทัย นันเขียว และคณะ (2564) ในการศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในการใช้บริการโรงอาหารโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพและการบริการ ด้านความสะอาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร

ดังนั้น การวิจัยนี้สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ว่า วิธีการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ควรพิจารณา 12 ปัจจัยตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพและความคุ้มค่า 2) ความรวดเร็ว 3) ขั้นตอนการซื้อหรือการรับอาหาร 4) ความสะอาดบริเวณสถานที่ 5) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก 6) วัตถุดิบในการทำอาหาร 7) รสชาติ 8) ความหลากหลาย (ประเภทอาหาร) 9) บรรยากาศโล่ง/โปร่ง 10) เวลาและความสะดวก 11) ช่วงเวลาในการให้บริการ และ 12) รายได้ โดยมีค่าถ่วงน้ำหนัก 19.32% 15.13% 14.61% 11.45% 8.79% 7.62% 7.00% 4.96% 3.74% 2.84% 2.66% และ 1.88% ตามลำดับ ซึ่งผลการจัดลำดับความสำคัญนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของกองกิจการนิสิตและกองอาคารสถานที่ มหาวิทยาลัยนเรศวรและผู้ประกอบการร้านค้าภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร ในการวางแผนเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรในด้านต่างๆ เช่น การจัดทำระบบสมาชิก การจัดโปรโมชั่น เพื่อความสัมพันธ์และผูกพันกับประสบการณ์ที่คุ้มค่าของผู้ใช้บริการ รวมไปถึงการปรับปรุง พัฒนาการจัดผังระบบการบริหารจัดการการซื้อ - การรับอาหาร การเพิ่มช่องทางการชำระเงินของผู้ประกอบการร้านค้า การเพิ่มความถี่ในการทำสะอาด การจัดเก็บขยะ การปรับปรุงภูมิทัศน์ โต๊ะ เก้าอี้ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้ง การขยายระยะเวลาการให้บริการ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนเรศวรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้กับสถาบันการศึกษาอื่นๆ ได้ โดยควรมีการพิจารณาขยายขอบเขตของข้อมูลให้สอดคล้องกับบริบทสถานที่นั้น ๆ เพื่อเกิดประสิทธิภาพที่สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจ. (2562). *กลยุทธ์ในการแข่งขันของร้านอาหาร*. เข้าถึงได้จาก <https://www.dbd.go.th/>.
- กรวรรณ อุดทสรพร และจุฑาทิพย์ เดชยางกูร. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารพร้อมทานของกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร.โครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. เข้าถึงได้จาก http://www.vl-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-2-1_1612446255.pdf.
- ขวัญฤทัย นันเขียว และคณะ. (2564). *การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนในการใช้บริการโรงอาหารโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 2564(2), 57-64.*
- ฉัตรชัย ใจทยา และ เสาวนิตย์ เลขวัต. (2565). *การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งสำนักงานโรงงานแห่งใหม่กรณีศึกษาบริษัทซ่อมบำรุงของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี. คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา. Thai Journal of Operations Research, 10(1), 42-51.*
- ชุติกัญจน์ สรรประเสริฐ และคณะ. (2559). *ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหารภายในมหาวิทยาลัยของนิสิต มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี. (หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต). คณะวิทยาศาสตร์ : มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ธรรมศักดิ์ สาวแก้ว และคณะ. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามหลักโภชนาการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 1(1), 61-72.*
- มงกุฎการ เจริญรอย. (2553). *พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของประชาชนในเขตเทศบาลนคร อุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.*
- ยุพิน เกิดป้อม. (2564). *ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของโรงอาหารวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ. วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ : วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.*
- วันวิสาข์ อยู่เปี่ยม. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟู้ดทรัค หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ศุภณัฐ อิงคณิสาร. (2559). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านทาวน์โฮม กรณีศึกษาในเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น. (การค้นคว้าอิสระวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). คณะวิศวกรรมศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- อารยา คำบุญศรี. (2562). *การประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงอาคารที่พักอาศัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาวิศวกรรมและการบริหารการก่อสร้าง). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

- ราช ศิริวัฒน์. (2560). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก <http://www.hu.ac.th/conference/conference2019/proceedings2019/FullText>.
- Benyoucef, L., Ding, H., & Xie, X. (2003). *Supplier selection problem: selection criteria and methods*. Unite de recherche INRIA Lorraine, Nancy Cedex.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Education.
- Drake, P.R. (1998). Using the analytic hierarchy process in engineering education. *Int. J. Engng Ed*, 14, 191-196.
- Ghodsypour, S.H., & O'Brien, C. (1998). A decision support system for supplier selection using an integrated analytic hierarchy process and linear programming. *International Journal of Production Economics*, 56-57, 199-212.
- Goodman, L.A. (1961). Snowball Sampling. *Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148-170.
- Jackson, E.L. (1986). Outdoor recreation participation and attitudes to the environment. *Leisure Studies*, 5, 1-23.
- Pohekar, S.D., & Ramachandran, M. (2004). Application of multi-criteria decision making to sustainable energy planning-A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 8, 365-381.
- Saaty, T.L. (1994). How to make a decision: The analytic hierarchy process. *Interfaces*, 24, 18-43.
- SCB. (2019). Annual Report 2019. Retrieved from <https://www.scb.co.th/content/dam/scb/investor-relations/documents/financial-information/en/2019/annual-report/annual-report-eng-2019.pdf?value=insurance>.
- Techsauce Team. (2019). คนไทยเลือกอาหารตามความชอบเป็นหลักส่วนราคาเป็นปัจจัยรองท้าย. TechsauceMedia. เข้าถึงได้จาก <https://techsauce.co/pr-news/research-eic-scb-food>.
- Thurstone, L. L. (1927). A law of comparative judgment. *Psychological Review*, 34, 273-286.
- Vargas, L.G. (1990). An overview of the analytic hierarchy process and its application. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 57-64.