

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลาง
หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 : กรณีศึกษา กลุ่มลูกค้า
แบบนั่งรับประทานในร้าน เขตกรุงเทพและปริมณฑล

The Demographic Factors Affect to Customer Decision Casual Dining Restaurant
Service After Covid-19 Pandemic: A Case Study in On-Site Customers
in Bangkok and Metropolitan Region

ภูมิระพี สุขบาง

อีเมล: 6451203265@lamduan.mfu.ac.th

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร.ธฤตวัน เจริญพร

อีเมล: tarittawan.cha@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลาง หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในกลุ่มลูกค้าแบบนั่งรับประทานในร้าน เขตกรุงเทพและปริมณฑล เป็นการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหารนั่งรับประทานในร้าน เขตกรุงเทพและปริมณฑล ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวน 385 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ รายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรส ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลาง หลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในกลุ่มลูกค้าแบบนั่งรับประทานในร้าน เขตกรุงเทพและปริมณฑล ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายในเชิงประชากรศาสตร์ในการดำเนินกิจการร้านอาหารระดับกลาง และศึกษากลุ่มเป้าหมายของตนเพื่อใช้สำหรับการโฆษณา

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์, ร้านอาหารระดับกลาง, โควิด-19, การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

The objective of this research study is to examine the demographic factors affect to customer decision for using casual dining restaurant service after Covid-19 pandemic in a case study on-site customers in Bangkok and metropolitan region. The quantitative research data was collected by using 385 questionnaires set distributed to on-site dining customers in Bangkok and metropolitan region after Covid-19 pandemic. The statistic used in data analysis was One Way ANOVA. The result indicated that a difference of demographic in terms of gender, age, income, occupation and marital status affects to decision for using casual dining restaurant after Covid-19 pandemic in Bangkok and metropolitan region. Therefore, entrepreneurs must realize to market target in term of demographic factor in running casual dining restaurant and learn their own the target market for making social media advertisement.

Keyword: Demographic Factor, Purchasing Decision, Casual Dining Restaurant, COVID-19

บทนำ (Introduction)

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาไวรัส 2019 หรือ โควิด 19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ทั้งยังสร้างผลกระทบอย่างใหญ่หลวงเป็นวงกว้างต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านอาหาร และหลังจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลให้มีร้านอาหารเกิดขึ้นมากมายในปี 2565 ทั้งยังส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหาร มีมูลค่า รวมประมาณ 3.78 ถึง 3.96 แสนล้านบาท หรือพลิกกลับมาขยายตัวร้อยละ 5.0 ถึง 9.9 จากที่ หดตัวร้อยละ 11 ในปี 2564 และคาดว่าจะเติบโตขึ้นอีกในปี 2566 สูงถึงร้อยละ 2.7 ถึง 4.5 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565) ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ต้องการจะลงทุนใหม่จึงยังต้องระมัดระวังในการลงทุนควบคู่กับการที่ผู้ประกอบการรายเก่ายังคงต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุน และการแข่งขันของร้านอาหารที่สูงขึ้นอย่างมาก

จากการฟื้นตัวหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ส่งผลให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตแม้จะเป็นในรูปแบบ New Normal แต่ผู้บริโภคจำนวนมากยังมีความต้องการที่จะใช้บริการร้านอาหารในรูปแบบนั่งทานในร้าน ไม่ว่าจะด้วยความต้องการของตนหรือความต้องการของบุคคลรอบข้าง ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องปรับการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองแก่ผู้บริโภคหลังแก่แพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อค้นหาว่าภายหลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด 19 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางแบบนั่งทานในร้าน ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลหรือไม่ และเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อย เพื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารในภายภาคหน้า

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประชากรศาสตร์ (Demography) คือการศึกษาประชากรโดยใช้สถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์ จัดเป็นวิทยาศาสตร์ทั่วไปแขนงหนึ่ง สามารถใช้วิเคราะห์ประชากรทั่วไปได้ คือ ประชากรที่เปลี่ยนแปลงตามเวลาหรือสถานที่ ประชากรศาสตร์ครอบคลุมการศึกษาขนาด โครงสร้าง และการกระจายของประชากรเหล่านี้ และการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่หรือเวลาในเวลาต่าง ๆ สามารถประมาณ การประชากรของโลกได้โดยอาศัยการวิจัยทางประชากรศาสตร์ และจะมีการตัดสินใจที่ต่างกันเมื่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกัน ซึ่งมีการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการสั่งอาหารออนไลน์ พบว่า กลุ่มผู้หญิงในวัยต่ำกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การสั่งอาหารออนไลน์น้อยกว่า 3 เดือน ก่อนสถานการณ์โควิด 19 กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการการสั่งอาหารออนไลน์ ภายหลังจากสถานการณ์โควิด 19 กลุ่มประชากรมีแนวโน้มการสั่งอาหารออนไลน์โดยใช้บริการสำหรับมือ อาหารมือเพียง มีค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยประมาณ น้อยกว่า 100 บาท ความถี่ในการใช้สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จัดส่งตามที่พิกัดอาศัย ส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารประเภทอาหารตามสั่ง (พรชัย ชื่นทวงค์ และคณะ, 2565)

งานวิจัยครั้งนี้มีสมมุติฐานว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละด้านของผู้บริโภค มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางแบบนั่งทานในร้านของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) งานวิจัยครั้งนี้มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีการสำรวจ (Survey) เพื่อการเก็บข้อมูล โดยมีประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านอาหารระดับกลางแบบนั่งทานในร้านในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร เป็นจำนวน 385 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติ สถิติ One-way ANOVA

ผลวิจัย (Results)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ พื้นที่ที่อยู่อาศัย และ อาชีพ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	173	44.9
หญิง	184	47.8
ไม่ต้องการระบุ	28	7.3
รวม	385	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยเพศชาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 เพศหญิง 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ซึ่งต่างกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ต้องการระบุเพศมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปีหรือต่ำกว่า	12	3.1
21 – 30 ปี	186	48.3
31 – 40 ปี	73	19.0
41 – 50 ปี	48	12.5
51 – 60 ปี	51	13.2
60 ปีหรือมากกว่า	15	3.9
รวม	385	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 โดยกลุ่มอายุ 41 -50 ปี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 กลุ่มอายุ 51 – 60 ปี มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 กลุ่มอายุ 60 ปีหรือมากกว่า เป็นจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือกลุ่มอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
10,000 บาทหรือต่ำกว่า	55	14.3
10,001 – 15,000 บาท	26	6.8
15,001 - 20,000 บาท	69	17.9
20,001 – 25,000 บาท	79	20.5
25,001 บาทหรือมากกว่า	156	40.5
รวม	385	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 25,000 บาทหรือมากกว่า จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 กลุ่มที่มีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่ามีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และกลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	20	5.2
พนักงานบริษัทเอกชน	145	37.7
พนักงานข้าราชการ	27	7.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.2
พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม	7	1.8
เจ้าของธุรกิจ	113	29.4
อาชีพอื่น ๆ	53	13.8
รวม	385	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 กลุ่มที่มีอาชีพอื่น ๆ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานข้าราชการ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 กลุ่มที่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 กลุ่มที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	149	38.7
มีแฟน	124	33.2
หม้าย	0	0
หย่า	2	0.5
แยกกันอยู่	0	0
รวม	385	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพการสมรส โสด 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ มีแฟน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 สมรส จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 หย่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 หม้าย จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และคนที่ไม่มีสถานภาพการสมรส แยกกันอยู่ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนั่งรับประทานในร้านอาหารระดับกลาง ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนั่งรับประทานในร้าน ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรส นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนั่งรับประทานในร้าน ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเห็น
1. เพศมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารแบบนั่งทานในร้าน	4.16	1.90	เห็นด้วย
2. อายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารแบบนั่งทานในร้าน	4.80	1.56	เห็นด้วยอย่างมาก
3. รายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารแบบนั่งทานในร้าน	5.30	1.16	เห็นด้วยอย่างมากที่สุด
4. อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารแบบนั่งทานในร้าน	4.74	1.54	เห็นด้วยอย่างมาก
5. สถานภาพการสมรสมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานในร้าน	4.43	1.87	เห็นด้วยอย่างมาก
ภาพรวม	4.68	1.31	เห็นด้วยอย่างมาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนั่งรับประทานในร้าน ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลส่วนมากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเรื่องรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานในร้าน มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงที่สุด ที่ระดับ 5.30 อยู่ในระดับความเห็นด้วยอย่างมากที่สุด มีความเห็นเรื่องอายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานในร้านมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.80 อยู่ในระดับความเห็นด้วยอย่างมาก มีความเห็นเรื่องอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานในร้านมีค่าเฉลี่ย 4.74 อยู่ในระดับความเห็นด้วยอย่างมาก มีความเห็นเรื่องสถานภาพการสมรสมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานในร้านมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 4.43 อยู่ในระดับความเห็นด้วยอย่างมาก และมีความเห็นเรื่องเพศมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานในร้านมีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับความเห็นด้วย

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19

	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
เพศ	ระหว่างกลุ่ม	10.872	24	.453	1.203	.235
	ภายในกลุ่ม	135.518	360	.376		
	รวม	146.390	384			
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	59.160	24	2.465	1.581	.042
	ภายในกลุ่ม	561.255	360	1.559		
	รวม	620.415	384			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	10.872	24	.453	1.203	.235
	ภายในกลุ่ม	135.518	360	.376		
	รวม	146.390	384			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	129.788	24	5.408	1.222	.218
	ภายในกลุ่ม	1592.626	360	4.424		
	รวม	1722.415	384			
สถานภาพการสมรส	ระหว่างกลุ่ม	23.956	24	0.998	1.436	.086
	ภายในกลุ่ม	250.215	360	0.695		
	รวม	274.171	384			

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานในบางปัจจัยที่ หมายความว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 โดยปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหมายความว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน (อายุ) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 และ ปัจจัยด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล หลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล (Discussion)

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านอาชีพ และปัจจัยด้านสถานภาพ พบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ One Way ANOVA พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางแบบนั่งทานในร้าน ในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับเห็นด้วยอย่างมาก จากการศึกษพบว่า กลุ่มอายุที่มีแนวโน้มการใช้บริการร้านอาหารแบบนั่งทานที่สุดคือ กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี รองลงมาคือกลุ่ม 31 – 40 ปี และ 41 -50 ปี ตามลำดับ อาจเนื่องจากที่กลุ่ม 20 ปีหรือต่ำกว่า เลือกที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุมภรณ์ ปานมาก และชวนวน คณานุกูล (2563) ซึ่งกล่าวว่า กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีโอกาสที่จะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร หรือการส่งอาหารแบบถึงที่มากกว่า เนื่องจากความสะดวกสบาย และอาจจะสอดคล้องกับรายได้ เนื่องจากกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี อาจจะมีรายได้ที่ต่ำกว่า กลุ่มอายุอื่น ๆ และในกลุ่มอายุ 51 – 60 ปี หรือ 61 ปีหรือมากกว่า อาจจะไม่เลือกใช้บริการร้านอาหารในรูปแบบอื่น หรืออาจจะใช้บริการร้านอาหารก็ต่อเมื่อมีวาระที่ต้องทานอาหารกับ

ครอบครัว และส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริกานจน์ อธิธิปิยวัช และคณะ (2562) ที่แสดงว่า และพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารของผู้สูงอายุร้อยละ 83 มักจะเดินทางไปกับครอบครัว และผู้สูงอายุร้อยละ 90 จากผู้อายุที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านอาหารในรูปแบบภัตตาคาร มากกว่าร้านอาหารประเภทอื่น

ข้อเสนอแนะ (Suggestion)

การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในแต่ละด้านส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลาง หลังการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid 19 ในกลุ่มลูกค้าแบบนั่งรับประทานในร้าน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นจึงควรศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค เช่น ขอบเขตของการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา หรือคุณภาพการบริการ

การศึกษาคั้งนี้มีข้อจำกัดในการหากลุ่มตัวอย่างในปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพการสมรสที่มีจำนวนแตกต่างกันมากเกินไป ดังนั้นจึงควรศึกษาและ หาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสที่หลากหลายขึ้นเพื่อศึกษาเพิ่มเติมในด้านสถานภาพการสมรสที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารระดับกลางแบบนั่งทานในร้านหลังการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid 19

การศึกษาคั้งนี้เป็นศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์สำหรับร้านอาหารระดับกลาง หลังการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid 19 กรณีศึกษา กลุ่มลูกค้าแบบนั่งรับประทานในร้าน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านการสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อหาความเหมาะสมในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในแนวโน้มของผู้บริโภคในอนาคต

รายการอ้างอิง

พรชัย ชันทะวงศ์, ชัชชติภักษ์ เดชจิรมณี, ทศพล อัครพงษ์ไพบูลย์ และจุฑามาส เอี่ยมจินดา. (2565).

การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(1), 1-17.

ศิริกานจน์ อธิธิปิยวัช, นิชาภา ทองอยู่, ฌนนท์ แดงสังวาลย์ และสุรีย์ แถวเที่ยง. (2562). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความต้องการเข้ามาใช้บริการร้านอาหารของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 6(1), 11-22.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). *Food delivery* ช่องทางการขายที่จำเป็น แม้เผชิญความท้าทายสูง.

<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis>

สุขุมภรณ์ ปานมาก และชวนวล คมมานุกูล. (2563). การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารแบบส่งถึงที่
ของผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 5(2), 8-18.

