



การศึกษาอิสระ

คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการ
ดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

FOOD QUALITY AFFECTING DECISION TO BUY FOOD FROM
RESTAURANTS OPERATING IN O2O FORMAT IN CHUMPHON
PROVINCE

นางสาวอินทิรา ชากกลาง
รหัส 64205108

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY

FOOD QUALITY AFFECTING DECISION TO BUY FOOD FROM
RESTAURANTS OPERATING IN O2O FORMAT IN CHUMPHON
PROVINCE

MISS INTHIRA CHAKLANG
STUDENT ID 64205108

INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS 2022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

ชื่อเรื่อง

คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่
มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร
FOOD QUALITY AFFECTING DECISION TO BUY FOOD FROM
RESTAURANTS OPERATING IN O2O FORMAT IN CHUMPHON
PROVINCE

ชื่อผู้เขียน

นางสาวอินทิรา ชากกลาง

รหัสประจำตัว

64205108

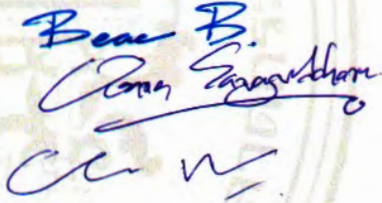
ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ดร.บิรมิชา พุทธเกิด

อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ	ลายมือชื่อ
ดร.บิรมิชา พุทธเกิด	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรีย์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 1 พฤษภาคม 2566 เวลา 14.30 - 15.00 น.

สถานที่สอบ ณ ห้อง BA 202 อาคารสำนักวิชา

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิษระ ศิลป์เสวตร์)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 9 เดือน ๕.๕. พ.ศ. ๒๕๖๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอินทิรา ชากกลาง
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา	บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
อาจารย์ที่ปรึกษาคณค้วาอิสระ	ดร.ปิวิณชา พุทธเกิด
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O 2. เพื่อศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้ออาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O จำนวน 400 คน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ประกอบด้วย ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 10,000 บาท จากการวิเคราะห์ การสั่งซื้ออาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ คุณภาพอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพอาหาร, การตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร, เกี่ยวกับร้านอาหาร รูปแบบ O2O

Project Title	FOOD QUALITY AFFECTING DECISION TO BUY FOOD FROM RESTAURANTS OPERATING IN O2O FORMAT IN CHUMPHON PROVINCE
Name	Miss Inthira Chaklang
Student ID	64205108
Degree	Bachelor of Business Administration
Branch of Business	Administration and Entrepreneurship Independent
Advisor	Dr. Beaunisha Buddhakerd
Academic Year	2023

ABSTRACT

This research aims to study the food quality that affects consumer's decision to buy food from O2O restaurants in Chumphon Province, as follows. 1. To study the opinions of consumers regarding the level of food quality in O2O 2. To study the consumer's decision to buy food from restaurants operating O2O businesses by using online questionnaires. In collecting data from 400 consumers who buy food with an O2O business model, data is analyze using descriptive statistics analysis, consisting of frequency, percentage, mean and deviation. Standard and inferential statistics (Inferential Statistics Analysis) consisting of multiple regression analysis for hypothesis testing.

The study found that most of the consumers were female. Aged 20-29 years old, having a bachelor's degree or equivalent, an occupation, or a student. Average monthly income was below 10,000 – 10,000 baht. Results of the Online questionnaire, using the multiple regression analysis, showed that Food quality affects consumer's decision to buy food from restaurants that operate O2O business in Chumphon Province. Statistically significant at 0.05.

Keywords : food quality, food purchasing decisions, a restaurants, O2O restaurant format

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ ดร. บิณิชา พุทธเกิด อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้คำแนะนำความรู้ และข้อปฏิบัติต่าง ๆ สำหรับแนวทางในการดำเนินการวิจัย รวมถึงการตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องในงานวิจัยตลอดจนแนวทางข้อชี้แนะที่เป็นประโยชน์ ทำให้งานวิจัยในครั้งนี้มีความสมบูรณ์ และสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของเครื่องมือวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดาที่ได้อบรม สอนสั่งและส่งเสริมการศึกษาของผู้วิจัยด้วยความรักและความปรารถนาดีโดยตลอดมา และขอขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว รวมถึงเพื่อนทุกท่านที่คอยดูแล และเป็นกำลังใจจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยดี คุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

นางสาวอินทรีา ชากกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.6 กรอบแนวคิดการของการวิจัย.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร.....	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O.....	11
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารในจังหวัดชุมพร.....	13
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	20
3.4 การสร้างเครื่องมือวัด.....	21
3.5 การตรวจสอบเครื่องมือวัด.....	22
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล.....	26
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อ.....	30
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	31
4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	32
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	33
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	33
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัย.....	36
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัยครั้งต่อไป.....	37
บรรณานุกรม.....	39
ภาคผนวก.....	4
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ.....	42
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	53
ประวัติย่อผู้ศึกษา.....	57

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.2 แสดงจำนวนข้อคำถามการรับรู้คุณภาพอาหารและ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค.....	25
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	28
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	28
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	28
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	29
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	29
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพอาหาร.....	30
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจซื้อ.....	30
4.8 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของคุณภาพอาหารที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคน ในจังหวัดชุมพร.....	31
4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของคุณภาพอาหารที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคน ในจังหวัดชุมพร.....	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	5
4.9 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ.....	3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจร้านอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการ ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นธุรกิจร้านอาหารที่ไม่มีวันสูญหายไปจากโลก เพราะอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต แม้แต่ละคนมีวิถีและรสนิยมในการเลือกร้าน สำหรับรับประทานอาหารที่แตกต่างกัน อาทิ ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารที่มีบรรยากาศดี ร้านอาหารหรูในโรงแรม แต่ร้านอาหารที่คนส่วนใหญ่นิยมเลือกรับประทานอาหารเป็นประจำ คือ ร้านอาหารในรูปแบบ O2O หรือ รถเข็นริมทาง ซึ่งเป็นร้านอาหารขนาดเล็กหรือกลาง อาจเป็นแผงร้าน หรือรถเข็นมักอยู่ตามข้างทางเดินเท้าบริเวณแหล่งชุมชน เน้นจำหน่ายอาหารที่ปรุงสำเร็จ หรือปรุงเสร็จได้ง่ายและมีราคาไม่แพง จึงเหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ในเกือบทุกประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ รวมทั้งผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งต้องการความสะดวกรวดเร็ว (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2021)

ร้านอาหารรูปแบบ O2O คือ โมเดลธุรกิจแบบ Online to Offline การที่ผู้บริโภคออนไลน์ถูกนำเข้าสู่ระบบการใช้บริการร้านอาหารแบบออฟไลน์ เช่น การใช้ช่องทางออนไลน์ในการค้นข้อมูลเกี่ยวข้องกับร้านอาหาร และเมนูอาหารต่าง ๆ แล้วมาใช้บริการที่ร้านอาหารแบบออฟไลน์ หรือการจองคิวร้านอาหารผ่านทางออนไลน์ แล้วมาใช้บริการที่ร้านอาหารแบบออฟไลน์ เป็นต้น (รุ่งนภา เสถียรนุกูล, 2561)

นอกจากนี้ ร้านอาหารรูปแบบ O2O ยังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมการกินในท้องถิ่นนั้น ๆ จังหวัดชุมพรได้รับการกล่าวขานจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเรื่องอาหารรูปแบบ O2O โดยซีเอ็นเอ็นเอนโก กล่าวว่า ชุมพรถือเป็น “สวรรค์” ของอาหารประเภท “สตรีท ฟู้ดส์” หรืออาหารรถเข็นข้างทางอย่างแท้จริง อีกทั้งยังได้รับความนิยมในบรรดาประชาชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้คนสามารถรับประทานโดยไม่จำเป็นต้องก้าวเท้าเข้าไปในร้านอาหารแต่อย่างใด จนสำนักข่าว CNN ได้จัดอันดับให้เป็นอาหารรูปแบบ O2O ที่ดีที่สุด อันดับ 1 ของโลก จาก 23 เมืองทั่วโลก เป็นปีที่ 2 และนิตยสารฟอร์บส์ก็ยังสามารถจัดอันดับให้อาหารรูปแบบ O2O ทางในจังหวัดชุมพร เป็นอันดับ 1 ใน (ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์, 2561) และก่อนหน้านี้เว็บไซต์เวอร์ชวลทัวริสต์ (Virtual Tourist) เคยสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวจำนวน 1,200,000 คน จาก 220 ประเทศทั่วโลก เกี่ยวกับความประทับใจเรื่องอาหารรูปแบบ O2O ปรากฏว่า จังหวัดชุมพรถูกจัดให้อยู่อันดับที่ 1 มีอาหารดีที่สุดในโลก โดยเฉพาะย่านถนนกรมหลวง สถานีรถไฟ ซอบสุขเสมอ (กรมการท่องเที่ยว, 2561) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาหารรูปแบบ O2O ถือเป็นจุดแข็งที่มีเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สำหรับอาหารที่สร้างชื่อให้กับร้านอาหารรูปแบบ O2O ได้แก่ ผัดไทย หอยทอด ส้มตำ ยำ กวยจั๊บ กวยเตี๋ยว ราดหน้า ข้าวมันไก่ ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น โดยที่ผ่านมาจากสำนักงานจังหวัดชุมพร ได้มีแผนที่จะจัดระเบียบให้กับร้านอาหารรูปแบบ O2O ที่มีชื่อเสียง และเปิดมานานในย่านต่าง ๆ อาทิ สถานีรถไฟ ซอยสุขเสมอ ถนนกรมหลวง เป็นต้น โดยทำการจัดระเบียบซึ่งเน้นความสะดวกเป็นหลัก (กรมการท่องเที่ยว, 2561) ร้านอาหารประเภท Street Food ในจังหวัดชุมพร มีความอร่อยและคงความเป็นเอกลักษณ์ของรสชาติ หอมกรุ่นเรียงตัวเป็นเม็ด การันตีความอร่อยมายาวนานกว่า 40 ปี กับการคัดสรรอาหารที่มีมาตรฐาน รวมถึงยังมีเมนูที่สั่งมากินคู่กับเมนูหลักได้เข้ากันดี สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยาได้เน้นย้ำเรื่องความสะดวก ปลอดภัยของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นหลัก ทั้งสภาพแวดล้อมของการจำหน่ายที่ไม่ได้มาตรฐาน หากขาดการควบคุมดูแลด้านสุขลักษณะอย่างจริงจังก็จะทำให้อาหารนั้นไม่สะอาด (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2560) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากทำเลที่ตั้งใกล้บริเวณริมทางเดินและริมถนนที่มีการจราจรหนาแน่น หรืออาจจะตั้งอยู่บนบาทวิถีริมถนนในเขตชุมชน ประกอบกับอาหารที่วางจำหน่ายในร้านอาหารรูปแบบ O2O มักจะเปิดโล่งให้ผู้ซื้อได้เลือก โดยไม่มีสิ่งปกคลุม หรือป้องกันการปนเปื้อน ของฝุ่นละออง หรือควันไอเสียจากเครื่องยนต์ จากทั้งการสูดดม และการปนเปื้อนลงไปในอาหาร ดังนั้น ผู้บริโภคควรระมัดระวังในการเลือกรับประทานอาหาร โดยดูสิ่งแวดล้อมการขายอาหารว่าเหมาะสำหรับการบริโภค สำหรับการขายอาหารควรให้ความใส่ใจทุกขั้นตอน ก่อนที่อาหารจะถึงมือผู้บริโภค ซึ่งที่กล่าวมาล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องได้รับการพิจารณา และใช้เป็นปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารเนื่องจากส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (Lu & Gursoy, 2019)

นอกจากนี้การวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นตรงกันว่า มีหลายปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับร้านอาหารที่มีคุณภาพ และมีทัศนคติที่ดีกับร้านอาหารที่เลือกใช้วัตถุดิบที่ดี เช่น ประเภทออร์แกนิก และร้านอาหารที่ใช้ส่วนผสมแบบดั้งเดิมมีรสชาติแบบดั้งเดิม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ที่เป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อ ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออาหาร (Food Attitude) และมุมมองทางบวกของผู้บริโภคต่อคุณภาพอาหาร (Food Quality) (Lu & Gursoy, 2020) และผลการวิจัยบางส่วน ยังพบว่า ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญ (Price Value) (Sukhu, Bilgihan & Seo, 2020) เป็น อุปสรรคสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวบ่งชี้ช่วยลดการตัดสินใจ และควบคุมพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Ajzen, 2002) แม้คุณภาพของอาหารและทัศนคติจะดีขึ้น แต่พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคอาจจะไม่ได้แปรผัน หรือเปลี่ยนแปลงไปอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อราคาเพิ่มสูงขึ้นกว่าเมื่อก่อนมาก ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค (Satisfaction) การศึกษาเร็ว ๆ นี้ ชี้ให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพึงพอใจต่อราคาที่ดีเมื่ออาหารชนิดนั้นมีรายการ หรือเมนูที่บ่งบอกว่าเป็นอาหาร ออร์แกนิก ซึ่งมีความพิเศษหรือแตกต่าง หากไม่ได้ระบุก็จะเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจซื้อ และคิดว่าเมนูหรือรายการอาหารนั้น ๆ มีราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง การวิจัยปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการ และการบริหารจัดการของร้านอาหารจนวนวันที่ต้องอาศัยความรวดเร็วและแม่นยำ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไม่ได้ขึ้นอยู่กับปรับปรุงคุณภาพการให้บริการหรือร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยตรง แต่การตัดสินใจซื้อสามารถปรับปรุงได้ดีขึ้นด้วยความพึงพอใจ (Satisfaction) ของลูกค้าเป็นตัวกลางสำคัญ นอกจากนี้ ผลงานวิจัยยังพบปัจจัยที่แสดงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปรับปรุงคุณภาพบริการ คุณภาพอาหาร และอัตราส่วนราคา (Namin, 2021) การรับรู้คุณค่าทางด้านสุขภาพ (Health Value) จากการศึกษาของ (Reime, Novak, Born, Hagel & Wanek, 2000; Tudoran, Olsen & Dopico, 2009 และ Westcombe & Wardle, 2021) พบว่า การรับรู้คุณค่าทางด้านสุขภาพ (Health Value) มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภค และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกบริโภค เช่น จะเลือกอาหารที่มีไขมันต่ำอาหารที่ส่วนประกอบที่สด และหาได้ตามท้องถิ่น และมีรายงานที่ดีพิมพ์โดย (Jun, Kang & Arendt, 2014)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารรูปแบบ O2O หรือผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่มีความสนใจจะประกอบกิจการขายอาหารริมทาง หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ควบคุมกำกับดูแลความปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านอาหาร รวมถึงผู้สนใจทั่วไป สามารถนำผลจากการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของอาหาร การกำหนด 4 ราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม สร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค สร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรุ่นต่อ ๆ ไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.4.1 ผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพของอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

1.4.2 ผู้ที่สนใจ นักวิจัย และนักวิชาการที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพรสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาขอบเขต คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพรมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ คุณภาพอาหาร

1.4.1.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

1.4.2.1 ประชากร ได้แก่ ประชากรในจังหวัดชุมพรที่เข้ารับบริการร้านอาหาร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการซื้ออาหารภายใต้รูปแบบ O2O และเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชุมพร ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในจังหวัดชุมพรที่เข้ารับบริการร้านอาหาร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการซื้ออาหารภายใต้รูปแบบ O2O และเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดชุมพร โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่างโดยใช้จากสูตรของ W.G Cochran (1953) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2561)

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

1.5 สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ คุณภาพอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คุณภาพอาหาร หมายถึง ลักษณะในด้าน ต่าง ๆ ของอาหารที่มีผลต่อความต้องการของผู้ผลิตหรือผู้บริโภค เช่น ขนาด รูปร่าง ตาหนิ ปริมาตร น้ำหนักสุทธิ น้ำหนักเนื้อ หรือเป็นคุณภาพสามารถรับรู้ได้ด้วยมนุษย์ โดยใช้ประสาทสัมผัส เช่น สี กลิ่น รส ความแข็ง ความเหนียว ความกรอบ (พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์, 2558) การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คุณภาพของอาหารยังหมายถึง การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการปรุงอาหาร อาหารที่ปรุงสดใหม่ ใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ในการปรุงอาหาร อาหารมีรสชาติดีและอาหารที่ถูกค้ำที่ได้รับ มีอุณหภูมิที่เหมาะสม

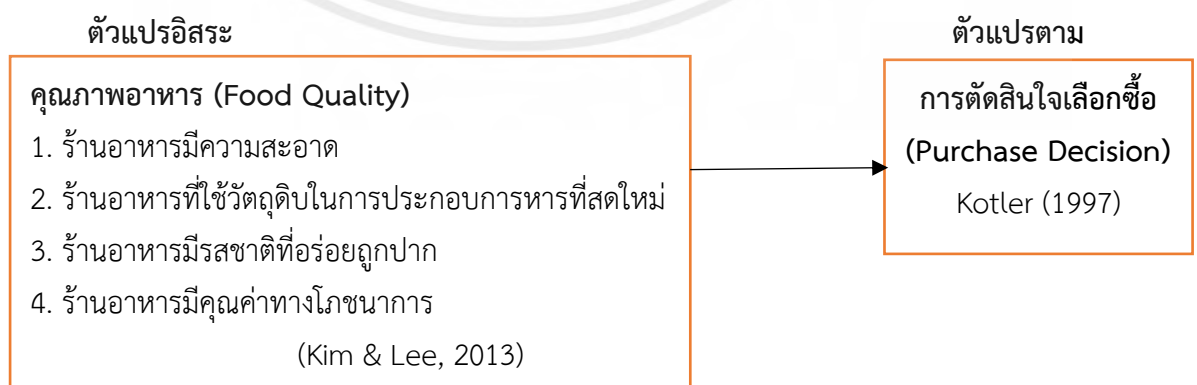
2. การตัดสินใจซื้อ หมายถึง ผู้ซื้อจะตัดสินใจในการซื้อ โดยผ่าน กระบวนการ ตัดสินใจหลายขั้นตอนและจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วยหลายขั้นตอน ต่าง ๆ ผู้ซื้อจะต้องผ่านการคัดกรองข้อมูลต่าง ๆ จึงตัดสินใจซื้อ

3. ร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O หมายถึง ร้านอาหารเป็นโมเดลธุรกิจเก่าแก่ ที่มีขนาดและรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายซับซ้อนและง่ายกับความยากในการรันหรือความง่ายกับความยากในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไม่เคยมีสูตรสำเร็จ

4. ธุรกิจรูปแบบ O2O คือโมเดลธุรกิจแบบ Online to Offline ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างข้อดีของการขายของบนของโลกออนไลน์ และนำจุดแข็งของการขายแบบออฟไลน์เอาเข้ามาช่วยยกระดับการบริการบนโลกออนไลน์ เพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัยการศึกษา

คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัยคุณภาพอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารในจังหวัดชุมพร
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของอาหาร

Harrington, Ottenbacher, (2020) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพของอาหาร (Food Quality) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ และความตั้งใจในการรับประทานอาหาร ผู้บริโภคอาหารให้คะแนนต่อคุณภาพอาหาร/เครื่องดื่มมีอิทธิพลมากที่สุดอย่างไรก็ตามอาหารที่มีคุณภาพจะขึ้นอยู่กับชนิดของร้านอาหารที่ได้รับการตรวจสอบ เมื่อรับประทานอาหารที่ภัตตาคารระดับหรูผู้บริโภคคาดหวังว่าอาหารที่ได้รับประทานจะมีคุณภาพดีเยี่ยม พร้อมด้วยการนำเสนอที่ดีเยี่ยมกลิ่นหอมอร่อยรสชาติดีเยี่ยมและปรุงสุกอย่างดีโดยใช้ส่วนผสมที่ดี ร้านอาหารระดับรองลงมาจะมีบริการที่รวดเร็วเพื่อบรรเทาความหิวโหยด้วยคุณค่าที่ดีต่อเงินที่จ่าย และผู้บริโภคอาจไม่คาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ที่ซับซ้อน หรือส่วนผสมพิเศษ

คุณภาพอาหาร (Food Quality) คือ อาหารตามมาตรฐานการผลิตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในอาหารสามลักษณะทั่วไป ที่ได้กำหนดคุณภาพอาหาร คือ ความปลอดภัย ความดึงดูดใจ และการยอมรับในบรรดาคุณลักษณะเหล่านี้ ความดึงดูดใจประกอบด้วยรายการต่าง ๆ เช่น รสชาติการนำเสนอสดสี และอุณหภูมิ (Arpha Phakarapinyo, 2021) เมื่อพิจารณาจากลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นของอาหาร ระหว่างทางจากฟาร์มหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ผู้คนและสถาบันจำนวนมากขึ้นส่งผลกระทบต่อสิ่งที่เรากิน ควบคุมวิธีการผลิต การบริโภค และการกระจายอาหารในแต่ละวัน การตอบสนองทางสังคมวิทยาต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ นำไปสู่การกำหนดแนวคิดของอาหารว่าเป็นสนามพลวัต ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจว่าเราเจรจาการผลิต และการบริโภคเป็นชุดกิจกรรมเฉพาะเจาะจงและมีความหมายอย่างไร ในบทความนี้ ขอแนะนำให้ใช้แนวคิดล่าสุดเกี่ยวกับทฤษฎีการปฏิบัติ เพื่อให้เข้าใจถึงความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นของปัญหาด้านอาหาร เริ่มต้นด้วยการยกตัวอย่างงานสังคมวิทยาพื้นฐานเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ จากนั้นจึงนำเสนอผลลัพธ์หลักของการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการทำอาหารเชิงพาณิชย์ในเมืองทางตอนเหนือของอิตาลี ในที่สุดประเด็นของคุณภาพอาหาร และผลกระทบของโครงสร้างทางสังคมที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค จะถูกกล่าวถึงในท้ายที่สุด พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และนิธิยา รัตนานนท์, 2565 กล่าวว่า คุณภาพอาหารสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน (Kim & Lee, 2013) ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ร้านอาหารมีความสะอาด

สถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 รวมไปถึงไวรัสหมี ไวรัสไข้หวัดนก ไข้หวัดไก่ ตลอดจนฝุ่นละออง PM 2.5 นับเป็นสิ่งที่ทำให้สุขภาพของประชาชนในประเทศตกอยู่ในความเสี่ยง ซึ่งนอกเหนือจากมาตรการการป้องกันดูแลตัวเอง สำหรับคนทั่วไปที่ควรใส่หน้ากากอนามัยแล้ว “ร้านอาหาร” ก็ควรมีส่วนในความรับผิดชอบที่ต้อง “ดูแลความสะอาดของร้าน” อย่างมีประสิทธิภาพด้วย เพื่อลดโอกาสในการแพร่กระจายของเชื้อ เนื่องจากเป็นสถานที่เปิดที่ให้บริการลูกค้าจากต่างที่ต่างถิ่น และยังเป็นผู้สัมผัสวัตถุอันตราย ที่หากไม่จัดการดูแลเรื่องความสะอาดอย่างดีแล้วละก็ อาจก่อให้เกิดการปนเปื้อน และทำให้มีการติดเชื้อที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้บริโภคได้ ดังนั้นวันนี้ เราจึงจะพาเพื่อน ๆ ผู้ประกอบการไปดูแนวทางในการจัดการเรื่องความสะอาดของร้านอาหารกัน ทำอย่างไรดี เพื่อให้ร้านอาหารของเราสะอาด ปลอดภัย และห่างไกลจากโคโรนา ไวรัสนานาชาติทั้งหลายให้ได้มากที่สุด

1. ทำความสะอาดพื้นที่ครัว ให้ปลอดภัยด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค ถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกสุด เพราะครัวคือต้นทางของอาหาร เป็นแหล่งพักวัตถุดิบ ที่เป็นของสดจากตลาด ไม่ว่าจะเป็นผัก เนื้อสัตว์ ของแห้ง ของเปียก ฯลฯ ซึ่งมีโอกาสที่จะมีการปนเปื้อนได้สูงมาก ทั้งนี้สำหรับตัววัตถุดิบนั้น หากผ่านกระบวนการล้างทำความสะอาดและนำไปปรุงสุกแล้ว ก็มั่นใจว่าเชื้อโรคต่าง ๆ นั้นจะสลายหายไป แต่ “พื้นที่ครัว” เพราะหากมีเชื้อโรคปนเปื้อนอยู่ แล้วเราเพียงแค่ทำความสะอาดธรรมดา ๆ ก็อาจทำให้ยังมีเชื้อโรคตกค้างชุกชอนอยู่ได้ ดังนั้น หนทางที่ซัวร์ที่สุดที่จะทำให้ครัวสะอาดปลอดภัยที่สุด เราจึงควรทำความสะอาดพื้นที่ครัวด้วยผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีส่วนผสมของน้ำยาฆ่าเชื้อเพื่อให้แน่ใจว่าครัวของเราสะอาด ปลอดภัย และปลอดภัยจริง ๆ สำหรับใช้เตรียมอาหารให้กับลูกค้า

2. อุปกรณ์ครัวงานขาม ก็ควรล้างทำความสะอาดด้วยน้ำยาสูตรฆ่าเชื้อ นอกจากพื้นที่ครัวที่ต้องทำความสะอาดอย่างพิถีพิถันแล้ว อุปกรณ์ครัวที่ใช้ในการทำอาหาร ตลอดจน ซ้อน แก้ว งาน ขาม ฯลฯ ที่เสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้ารับประทาน ก็ควรได้รับการชำระล้าง และทำความสะอาดด้วยผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เป็นสูตรฆ่าเชื้อโรคโดยเฉพาะด้วย เพราะเราไม่รู้เลยว่า ลูกค้าคนไหน หรือพนักงานคนไหน จะมีเชื้อโรคอะไรปนเปื้อนอยู่บ้าง ซึ่งแม้จะไม่ใช่เชื้อโรคอันตรายร้ายแรง และเป็นไวรัสไข้หวัดธรรมดา แต่ก็สามารถทำให้ป่วยได้เช่นกัน ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันไว้ก่อนในช่วงที่สถานการณ์โรคระบาดรุนแรงแบบนี้ การเลือกทำความสะอาดเครื่องครัวด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

3. พนักงานครัวทุกคน ต้องดูแลตนเองให้สะอาดตามหลักสุขาภิบาล ครัวสะอาดแล้ว อุปกรณ์ครัวสะอาดแล้ว แต่ถ้าคนทำครัวไม่สะอาดทุกอย่างก็ไร้ความหมาย เพราะเชฟ และลูกมือทุกตำแหน่ง คือคนที่จะต้องสัมผัสอาหารโดยตรง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องดูแลความสะอาดของตนเองให้ดีที่สุด โดยผู้สัมผัสอาหารและวัตถุดิบ ควรจะต้องล้างมือทำความสะอาดด้วยสบู่ หรือน้ำยาฆ่าเชื้อทุกครั้งก่อนและหลังทำอาหาร ควรสวมใส่ชุดทำครัวที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ใส่ผ้ากันเปื้อน ใส่หน้ากากอนามัย ใส่หมวกเก็บผมให้เรียบร้อย และที่สำคัญที่สุด คือ หากพบเห็นพนักงานคนใดมีอาการผิดปกติคล้ายโรคติดต่อในระบบทางเดินหายใจ คือ เป็นหวัด ไอ จาม ฯลฯ ควรให้หยุดปฏิบัติหน้าที่ทันที และรีบไปพบแพทย์เพื่อทำการตรวจรักษา จะได้เป็นการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรคได้อย่างทันท่วงทีไม่ว่าจะเป็นเชื้อร้ายแรง หรือไม่ก็ตาม

4. เช็ดโต๊ะด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ เพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ โต๊ะอาหารถือเป็นหนึ่งในจุดสัมผัสที่มีความเสี่ยงมากที่สุดจุดหนึ่งของร้านอาหารเลยทีเดียว เพราะแต่ละวันจะมีผู้คนจำนวนมาก สับเปลี่ยนหมุนเวียนกันมานั่งใช้บริการอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำความสะอาดอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใส่ใจ โดยไม่ใช่เพียงแค่เช็ดทำความสะอาดด้วยผ้าชุบน้ำเฉย ๆ แต่ควรใช้น้ำยาทำความสะอาดที่มีส่วนผสมของน้ำยาฆ่าเชื้อ เช็ดทำความสะอาดให้ทั่วทั้งโต๊ะทุกครั้งหลังจากที่มีลูกค้ามาใช้บริการ เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อลงให้ได้มากที่สุด

5. พื้นร้าน ก็ควรทำความสะอาดผ่านน้ำยาฆ่าเชื้อด้วยเช่นกัน พื้นร้านอาหารแม้จะไม่ได้ต้องเจอกับวัตถุอันตราย จากตลาดเหมือนอย่างในครัว แต่ก็อย่าลืมน้ำวัน ๆ หนึ่งต้องผ่านที่รอยก้นเท้า ที่ก้าวไปยั้งทั่วทุกสารทิศแล้วมาเหยียบย่ำลงบนร้านของเรา ดังนั้น ก็มีโอกาที่จะเป็นไปได้มากอยู่เลยว่า อาจมีการนำพาเอาเชื้อโรคเชื้อร้ายเข้ามาสู่ร้านผ่านทางพื้นของร้านด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรหมั่นทำความสะอาดพื้นเป็นระยะ โดยไม่ให้รบกวนลูกค้า คืออาจไม่จำเป็นต้องรอถึงช่วงปิดร้านอย่างเดียว แต่ดูช่วงเวลาของลูกค้าเบาบาง ก็สามารถทำความสะอาดได้ ที่สำคัญเลยคือ ควรทำความสะอาดด้วยผลิตภัณฑ์สูตรฆ่าเชื้อโรคด้วย เพื่อให้สะอาดปลอดภัยที่สุด

6. มีให้บริการเจลล้างมือฆ่าเชื้อ เพื่อลูกค้าที่มาใช้บริการทุกโต๊ะ กินร้อน ช้อนกลาง ล้างมือ คือหลักการสำคัญในการดูแลตัวเองให้ปลอดภัยจากการระบาดของโรคติดเชื้อต่าง ๆ ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้าไปใช้บริการยังร้านอาหารแล้ว แน่นอนว่า ช้อนกลางนั้นได้ใช้แน่ อาหารร้อน ๆ นั้นก็ได้รับเสิร์ฟแน่ แต่ครั้งถ้าจะให้ลูกค้าทุกคนทุกโต๊ะไปล้างมือในห้องน้ำพร้อมกัน ก็คงเป็นไปได้ยาก เพราะบางคนก็ให้ความสำคัญ แต่บางคนก็รู้สึกเป็นเรื่องเสียเวลา และบางทีคนใช้บริการเยอะ ก็เป็นการไม่สะดวกอีก ดังนั้น การมีบริการตั้งเจลล้างมือสูตรฆ่าเชื้อเอาไว้ที่โต๊ะอาหารเลยนั้น จะถือเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าทำความสะอาดได้ด้วยตนเองโดยอัตโนมัติ ทั้งยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าได้ด้วยว่า ร้านเราใส่ใจเรื่องของความสะอาดจริง ๆ และรู้สึกดีรู้สึกปลอดภัยที่ได้มานั่งทานอาหารในร้านของเรา

“ความสะอาด ปลอดภัย” ถือเป็นหนึ่งในหลัก OSC และเป็นมาตรฐานตามหลักสุขาภิบาลที่ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญอย่างละเอียดอยู่แล้ว ซึ่งยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา และไวรัสอื่น ๆ แบบนี้ด้วยแล้ว ยิ่งร้านอาหารของเราสามารถสร้างความมั่นใจ ความเชื่อมั่นในด้านความสะอาดของร้านได้มากเท่าไร ก็จะช่วยทำให้ร้านยังคงดำเนินกิจการได้อย่างดีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการหน้าร้านเอง หรือบริการแบบ Delivery ถ้าเราทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าร้านเรามีมาตรการการรักษาความสะอาดที่ดี ก็จะทำให้เรายังคงมียอดขายที่ดีอยู่ได้ แม้ในยามที่สถานการณ์ไม่เอื้ออำนวย (ฉัตรภา หัตถโกศล ,2022)

2. ร้านที่ใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สดใหม่

เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เนื่องจากอาหารที่เรากินเข้าไปนั้นหากไม่สะอาดอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น หากมีการปนเปื้อนของยาฆ่าแมลงอาจทำให้ท้องเสียซึ่งอาจรุนแรงได้ หรือหากมีการปนเปื้อนของเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา หรือเชื้อไวรัสก็จะส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินอาหาร หรือทำให้เกิดภูมิแพ้ได้สำหรับกลุ่มเปราะบาง เช่น เด็กเล็ก ผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่มีโรคเรื้อรัง ยิ่งต้องคำนึงถึงเรื่องความสะอาด เพราะอาจทำให้เกิดภาวะทางสุขภาพรุนแรงได้มากกว่า ดังนั้นเรื่องความสะอาดของอาหารจึงต้องเลือกดูอาหารที่ผ่านกระบวนการล้างที่สะอาด กระบวนการผลิต การผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อ ทุกขั้นตอนต้องสะอาดจนถึงมือผู้บริโภค

คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพเริ่มตั้งแต่ที่มา ความสดสะอาด การเก็บรักษา วัตถุดิบที่ดีจะทำให้ได้อาหารที่มีคุณภาพตามมา บางครั้งผู้ผลิตอาจไม่ได้คำนึงถึงในจุดนี้ วัตถุดิบอาจมีการปนเปื้อนสิ่งแปลกปลอม หรือมีสี กลิ่น รส ที่ผิดไปจากเดิม แต่ด้วยความเสียดายจึงใส่ลงมาปรุงอาหาร ซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดอันตรายขึ้น ผู้ผลิตต้องบริหารวัตถุดิบที่จะใช้ในอาหารแต่ละอย่างให้ดี เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับผู้บริโภค

ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการด้านอาหารมีการรับรองมาตรฐานคุณภาพการผลิต เช่น การมีเครื่องหมาย อย. โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Food and Drug Administration) กระทรวงสาธารณสุข โดยผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านั้นต้องมีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยในระดับสากล ระบบคุณภาพในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ GMP (Good Manufacturing Practice) โดยกำหนดสัญลักษณ์สำคัญ เช่น สถานที่ตั้งและอาคารการผลิต เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการผลิต การสุขาภิบาล การขนส่ง การมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด รวมถึงบุคลากรและสัญลักษณ์ของคนประกอบอาหาร อีกมาตรฐานคือ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) การควบคุมอันตรายทางชีวภาพหรือจากเชื้อจุลินทรีย์ต่าง ๆ เชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย เชื้อไวรัส ควบคุมอันตรายจากสารเคมี สารปฏิชีวนะ สารเร่งการเจริญเติบโต สารเคมีที่อาจปนเปื้อนมากับอาหาร วัตถุกันเสีย สารเคมีที่อาจปนเปื้อนมากับเครื่องจักรต่าง ๆ และควบคุมอันตรายจากสิ่งปลอมปนที่อาจปนเปื้อนมาในอาหาร เช่น เศษแก้ว โลหะหนัก สี เป็นต้น หากผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตอาหารเป็นระดับย่อยหรือระดับกลางอาจยังไม่มีมาตรฐานเป็นของตัวเอง แต่การใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ที่มีการรับรองมาตรฐานก็จะทำให้ได้อาหารที่มีมาตรฐานมากขึ้น

คุณค่าทางโภชนาการ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากอาหารที่เรากินนั้นจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเราทั้งในระยะสั้นและระยะยาว คุณค่าทางโภชนาการจะรวมถึงพลังงานที่จะได้รับ สารอาหารตั้งแต่คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ โยอาหาร สารต้านอนุมูลอิสระ ปริมาณน้ำตาล โซเดียม เพราะสารอาหารบางอย่างหากได้รับมากเกินไปก็อาจเกิดโทษได้ เช่น โซเดียม อาจส่งผลในกลุ่มผู้ที่มีปัญหาของไตหรือผู้ที่มีความดันโลหิตสูง สารบางอย่างหากได้รับน้อยไปก็ไม่ดีได้ เช่น โยอาหาร การที่เราเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีกว่าก็จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพที่ดี ร่างกายไม่ต้องทำงานหนักได้รับสารอาหารเหมาะสมตามความต้องการ การขยับถ่ายดี มีแรง มีพลัง และยังส่งผลให้สุขภาพกายสุขภาพใจดีด้วย ทุกคนไม่ใช่จะมีความต้องการทางโภชนาการที่เหมือนกัน แต่ละกลุ่ม แต่ละวัย แต่ละกิจกรรม หรือสถานะทางสุขภาพจะมีความต้องการทางโภชนาการที่แตกต่างกันไป ดังนั้นเราควรเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคลให้มากที่สุดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ความสด ความใหม่ ของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคควรต้องคำนึงถึง เนื่องจากอาหารทำไว้นานแล้ว ไม่เพียงแต่รสชาติ สี กลิ่น คุณสมบัติ คุณภาพ คุณค่าทางโภชนาการ จะลดลงแล้วยังอาจเกิดเชื้อหรือมีสารที่ก่อโทษกับร่างกายได้ บางครั้งผู้ผลิตอาหารทำอาหารไว้นานแล้วและมีการลดราคา ผู้บริโภคยังนำมาเก็บต่อ จนกว่าจะนำมากินก็อาจทำให้เกิดปัญหาต่อร่างกายตามมาได้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีควรต้องมีวันที่ผลิต วันหมดอายุ หรือควรกินก่อน การเก็บรักษา เช่น ควรเก็บในอุณหภูมิเท่าไร การอุ่นร้อนต้องทำอะไรบ้าง ถ้าเป็นอาหารที่เน่าเสียง่ายควรต้องทำใหม่ทุกวัน ไม่ควรเก็บค้างคืนและไม่ควรนำมาอุ่นซ้ำหรือผ่านการทอดหลายครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก

ร้านแม่แดง เป็นร้านอร่อยขึ้นชื่ออีกร้านหนึ่งในจังหวัดชุมพร ร้านตั้งอยู่ย่านใจกลางเมืองชุมพร อยู่ถนนกรมหลวง เปิดขายกันในช่วงเย็นยาวไปจนถึงช่วงดึก บรรยากาศภายในร้านสบาย ๆ บริการแบบเป็นกันเอง เรื่องเมนูอาหารรสชาติเด็ดไม่แพ้ร้านไหน ๆ ทั้งวัตถุดิบและขั้นตอนการปรุงสุดพิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติอร่อยถูกปากลูกค้า มีเมนูอาหารมากมายทั้งอาหารไทย และอาหารใต้ เมนูต้องสั่งได้แก่ ผัดฉ่า ปลาตุ๋นทะเล เต้าหู้ทรงเครื่อง กบทอดกระเทียม เป็นต้น (ปัทมา สิริเกสร, 2565)

4. ร้านอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

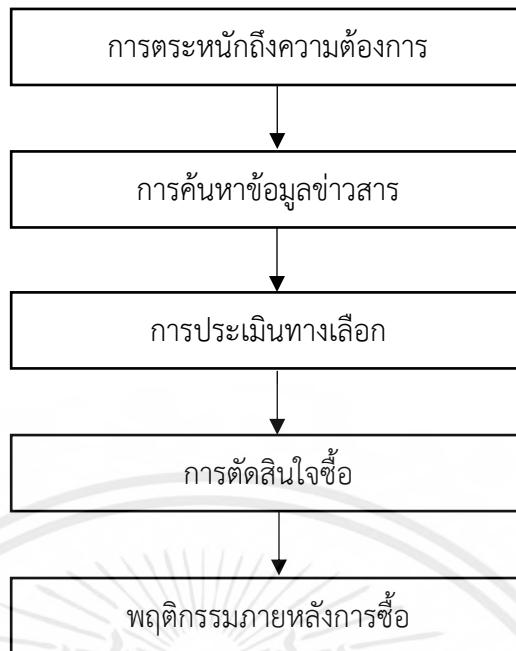
อาหารสำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรคและอาหารเพื่อสุขภาพจาก นอกจากจะอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการที่ดีต่อร่างกายแล้ว ยังให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่ไม่เพียงแต่ต้องสะอาดและสดใหม่ แต่ยังมีการควบคุมปริมาณให้พอเหมาะกับความสุขภาพของผู้รับประทาน ซึ่งมีข้อจำกัดทางร่างกายที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคลอีกด้วย Modish Food design จึงเป็นคำตอบสำหรับผู้ที่มีอาการอาหารลดน้ำหนัก อาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารเฉพาะโรคที่จำเป็นต้องการปรึกษาแพทย์ และนักโภชนาการเพื่อจัดอาหารให้เหมาะสมกับปัญหาด้านสุขภาพ โดยเฉพาะผู้ที่มีความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง ไม่ว่าจะเป็นโรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคไขมันในเลือดสูงและโรคไต เป็นต้น รวมไปถึงผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนักอย่างปลอดภัย ถูกหลักโภชนาการ รวมถึงผู้ที่ต้องการเสริมสร้างกล้ามเนื้อของร่างกายให้แข็งแรงอีกด้วย

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของ การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) หมายถึง แนวคิดในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภคทำให้เกิดการตัดสินใจของ ผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งนั้นจะมีกระบวนการตั้งแต่เริ่มตัดสินใจไปจนถึงความรู้สึก หลังจากที่ได้ใช้สินค้า และทำความเข้าใจเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ พบเจอปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหา ภายนอก และประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อจากความหมายดังที่กล่าวมาแล้ว สรุปได้ว่า การตัดสินใจ เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการ ตัดสินใจซื้อเกิดจากสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการและก่อให้เกิด กระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมิน ภายหลังจากซื้อซึ่งผู้บริโภคอาจไม่จำเป็นต้องทำตามทุกขั้นตอนเมื่อต้องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือรับบริการผู้บริโภคอาจมีการข้ามบางขั้นตอนไป หรือมีการย้อนกลับไปยังขั้นตอนก่อนหน้าได้ ได้แบ่งขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. การตระหนักถึงความต้องการ
2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร
3. การประเมินทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเป็นเวลานานกว่าที่จะ มีการซื้อจริง และมีผลกระทบหลังจากการซื้อตามมาอีกด้วย ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler, 1997)

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยที่ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างภาวะ ความต้องการที่แท้จริงกับความต้องการที่ปรารถนาความต้องการอาจถูกกระตุ้น โดยสิ่งเร้าภายใน หรือ ภายนอกก็ได้ เช่น ความหิวความกระหาย

2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นมีแนวโน้มที่จะ ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ระดับ คือ การค้นหาข้อมูล แบบ ธรรมดา ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น และในระดับถัดมาบุคคลอาจเข้าสู่การค้นหา ข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น โดยการอ่านหนังสือการสอบถามเพื่อน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้านั้นๆ แหล่งข้อมูลข่าวสารหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Source) ได้แก่ ครอบครัวเพื่อน คนรู้จัก

2.2 แหล่งการค้า (Commercial Source) ได้แก่ การโฆษณา พนักงานขายบรรจุกฎณ์ท์ การ สาธิตสินค้า

2.3 แหล่งชุมชน (Public Source) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และหน่วยงาน ของรัฐที่เกี่ยวข้อง

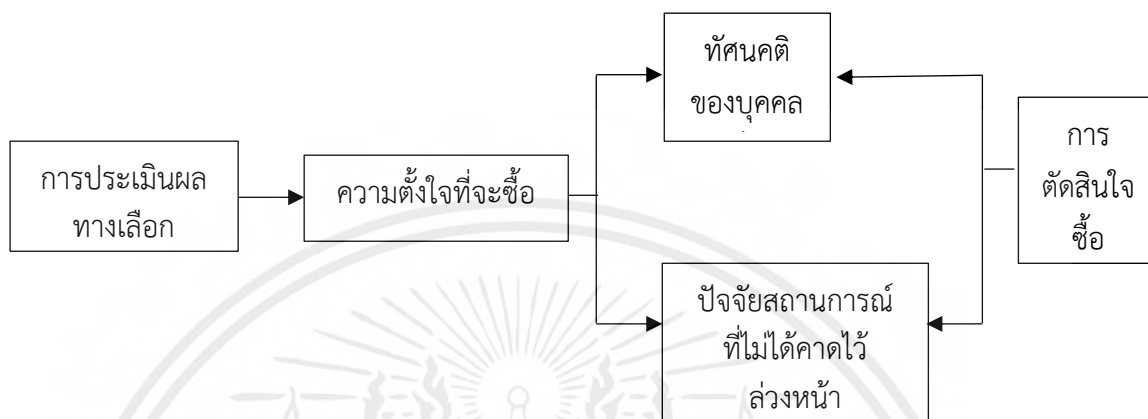
2.4 แหล่งทดลอง (Experimental Source) ได้แก่ การจัดการ การตรวจสอบ และการ ทดลองใช้ ผลลัพธ์แหล่งข้อมูลข่าวสารแต่ละแหล่งจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกันไปตามประเภท ของ ผลิตภัณฑ์ และบุคลิกลักษณะเฉพาะของผู้ซื้อโดยทั่วไปผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่จากแหล่งการค้าที่จะให้ความรู้ และข้อมูลข่าวสารแต่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มี ประสิทธิภาพที่สุด คือ แหล่งบุคคล ซึ่งทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และช่วยประเมินผลข้อมูล

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะประมวลผลข้อมูล เกี่ยวกับตราสินค้าเชิงเปรียบเทียบโดยมีกระบวนการประมวลผลข้อมูลที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการประเมินของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพื้นฐานอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้ซึ่งพิจารณาว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยจิตใต้สำนึกและมีเหตุผลสนับสนุน

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้พิจารณาทางเลือกในขั้นตอนที่ 3 ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่พอใจมากที่สุดแต่อาจ มี 2 ปัจจัยที่เข้ามาสอดแทรกความตั้งใจและการตัดสินใจซื้อได้ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Kotler, 1997)

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทั้ง ด้านบวกและด้านลบขึ้นอยู่กับว่าบุคคลอื่นนั้นมีทัศนคติที่เหมือน หรือแตกต่างกับผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์นั้น มากเพียงใด

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า (Unanticipated Situational Factors) เป็นปัจจัยที่อาจเกิดขึ้นซึ่งจะมีผลในกระทบต่อความตั้งใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคอาจมีเหตุจำเป็นจะต้องใช้เงินด่วนพนักงานขายอาจให้บริการได้ไม่ดีหรือผู้บริโภคเกิดไม่อยากจะซื้อขึ้นมาเฉย ๆ เป็นต้น

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Feeling) หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้วผู้บริโภคจะมีความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์นั้นโดยเป็นช่องว่างระหว่างการคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไว้ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับ ความคาดหวังของผู้บริโภคก็จะทำให้เกิดความรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าตรงกับ ความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกเฉย ๆ และถ้าเกินความคาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความพอใจยิ่งขึ้นความรู้สึกเหล่านี้สร้างความแตกต่างกันในแง่ที่ว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อสินค้าใหม่ และจะพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ดี หรือไม่ดีกับบุคคลอื่นต่อไป (Kotler, 1997)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O

O2O (Online to Offline) หมายถึง “การผสมผสานธุรกิจจากออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์” โดยรูปแบบแล้วก็เป็น การนำคุณสมบัติเด่นของการตลาดของทั้งสองแบบมาเติมเต็มซึ่งกันและกันซึ่งในเวลา นี้ กำลังมาแรงมากในหลายประเทศทั่วโลกซึ่งโมเดลนี้กำลังได้รับความนิยม และถูกนำมาใช้แทบจะทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ กลาง เล็ก หรือฟรีแลนซ์ เป็นต้น (รุ่งนภา เสถียรนุกูล, 2563) เพราะขั้นตอนต่อไปของการซัพพลายวัตุดิบอาหาร และเครื่องปรุงกำลังเปลี่ยนไปสู่โมเดล O2O อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งธุรกิจร้านอาหารจะตัดขั้นตอนการจ่ายตลาดเองออกไป และใช้บริการออนไลน์ทั้งสั่ง และส่งและรับเองทางด้านรอยต่อของ Online to Offline หรือ O2O จะไร้รอยต่อ และเหลือเวลาให้ร้านอาหารไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไลฟ์สไตล์ งานบริการมากกว่าสำหรับในเมืองไทยบ้านเรานั้น ตัวอย่างของธุรกิจที่มีการใช้โมเดล O2O ที่ดึงความเป็นออนไลน์มาเป็นตัวเชื่อมต่อทำให้กิจกรรม หรือบริการออฟไลน์เข้าด้วยกัน คือ แอปพลิเคชันที่แตกยอดมาจากแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับการสื่อสาร และได้ทำการสำรวจความต้องการจาก กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคในเมืองถึงความต้องการการช่วยเหลือในชีวิตประจำวันด้านใดมากที่สุด พบว่า คนในเมืองจะเน้นในเรื่องเกี่ยวกับอาหาร, การส่งสินค้า และเอกสารรวมถึงการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ถือว่าใช้โมเดล O2O ที่มีการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์เข้าด้วยกันได้อย่างสมดุล และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้บริโภค และช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจในปัจจุบัน นั้นผู้ประกอบการจำนวนมากได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของตนเองให้มามากกว่าหนึ่งช่องทางเพื่อเป็น การเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าให้ลูกค้าสามารถรับข้อมูลสินค้าและบริการของธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ธุรกิจในอนาคตจะไม่จำกัดอยู่เพียงร้านค้าในรูปแบบเดิม ๆ แต่จะก้าวไปสู่แนวคิด Online to Offline (O2O) ที่มีการผสมผสานระหว่างจุดแข็งของร้านค้าในโลกออนไลน์กับโลกออฟไลน์เข้าด้วยกัน โดยออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ประกอบการเก็บข้อมูล และพฤติกรรมของลูกค้ากระตุ้นให้เกิดความต้องการในสินค้าและ บริการส่วนออฟไลน์จะมีสินค้าให้เลือก สัมผัส ทดลองใช้งานจริง และสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อ แบรินต์ได้ (ธนพงศ์พรรณ ธัญญรัตน์กุล, 2563) เมนูอาหารต่าง ๆ แล้วมาใช้บริการที่ร้านอาหารแบบออฟไลน์หรือ การจองร้านอาหารผ่านทางออนไลน์ แล้วมาใช้บริการที่ร้านอาหารแบบออฟไลน์ เป็นต้น (รุ่งนภา เสถียรนุกูล, 2020)

จากการศึกษาวิวัฒนาการของช่องทางการจำหน่ายธุรกิจแบบ O2O กล่าวว่า รูปแบบช่องทางการจำหน่ายในอดีตถูกพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหา และต่อยอดเรื่อยมาจากการจำหน่ายแบบช่องทางเดียว (Single Channel) คือ เป็นยุคแรกของการทำธุรกิจที่ระบบอินเทอร์เน็ต หรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ยังไม่มากพอส่งผลต่อการรับข้อมูลข่าวสารของสินค้าและบริการ กล่าวคือ ผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลเพียงช่องทางเดียว คือ การซื้อสินค้าและบริการผ่านหน้าร้านเท่านั้นข้อจำกัดของช่องทางการจำหน่ายเช่นนี้จะทำให้จำนวนผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างจำกัด และได้รับข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างจำกัดเช่นกัน ยกตัวอย่าง เช่น การจำหน่ายสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ต่อมาในยุคที่ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาอิทธิพลมากขึ้นรวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เริ่มมีมากขึ้นด้วยทำให้นักการตลาดเริ่มคิดที่จะเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคพัฒนาไปสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบหลายช่องทาง (Multi Channel) เช่น ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าและบริการได้จากหน้าร้าน, โทรศัพท์สั่งสินค้า, ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือการสร้างเพจ เว็บไซต์ เพื่อโฆษณาให้ผู้บริโภครู้จักธุรกิจในโลกออนไลน์ควบคู่ไปกับขายสินค้าและบริการผ่านทางหน้าร้านเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงธุรกิจได้เพิ่มขึ้น และมีความสะดวกมากขึ้นแต่การเข้าถึงแต่ละช่องทางนั้นไม่เชื่อมโยงกัน กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อสินค้าและบริการข้ามช่องทางได้เนื่องจากข้อมูลของผู้บริโภคในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายไม่ได้ประสานข้อมูลร่วมกันระหว่างช่องทางต่อมานักการตลาดจึงพัฒนาให้ทุกช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่มีการเชื่อมโยงข้อมูลกันนำไปสู่การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสมผสาน (Cross Channel) เป็นการนำการจัดจำหน่ายแบบหลายช่องทางมาเชื่อมโยงข้อมูลของผู้บริโภคให้เข้าถึงกันได้เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคให้ผู้บริโภคสามารถสื่อสารกับธุรกิจได้จากหลายช่องทางโดยใช้ระบบสมาชิกเชื่อมโยงข้อมูลแต่ละช่องทางไว้ให้ธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถบันทึกข้อมูลของสมาชิก และสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้นอย่างไรก็ตามนักการตลาดยังมองว่าช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสมผสานนี้ยังไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างราบรื่น และยังมีการบริหารจัดการระบบที่ไม่สมบูรณ์นักการตลาดจึงพัฒนาให้แต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายใช้ข้อมูลเดียวกันสามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้า และบริการอย่างไร้รอยต่อโดยธุรกิจจะมีข้อมูลเดียวกันจากแต่ละช่องทาง เรียกว่า เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายแบบไร้รอยต่อของธุรกิจร้านอาหารแบบ O2O (ปาริฉัตร ทรงราชี่, 2565)

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารในจังหวัดชุมพร

ปัจจุบัน “ธุรกิจอาหาร” เป็นหนึ่งในธุรกิจที่นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เพราะมองว่าอาหารคือ ปัจจัยสี่ซึ่งสอดคล้องกับหลักอุปทานหนึ่งในความต้องการที่มนุษย์ทุกคนพึงมี คนส่วนใหญ่มองว่าอาหารเป็นธุรกิจที่ไม่ยุ่งยาก เริ่มต้นและทำได้โดยง่าย โดยเฉพาะ การเปิด “ร้านอาหาร” ซึ่งจัดได้ว่าเป็นธุรกิจยอดนิยมของการลงทุนในรอบทศวรรษนี้เลยทีเดียว

เนื่องจากทุกวันนี้ ผู้คนส่วนใหญ่ทั่วโลกต่างก็มีพฤติกรรมในการจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการผ่านทางระบบออนไลน์ในระดับที่กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปแล้ว ซึ่งกว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ นั้น ก็ใช้เวลาอยู่ยาวนานเพื่อผสมผสานทั้งสองแนวทางแบบออฟไลน์และออนไลน์ให้เข้ากันในโลกธุรกิจยุคใหม่ ซึ่งสาเหตุสำคัญคือ โมเดลนี้จะช่วยเพิ่มยอดขายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น

ปัจจุบัน ตลาดโมเดล O2O ในส่วนของจังหวัดชุมพร มีการให้บริการส่งอาหารผ่าน Delivery Line Man Foodpanda ส่วนมากจะเป็นในพื้นที่ อำเภอท่าแซะ อำเภอเมือง อำเภอสวี นอกจากนี้ มันยังมีการเติบโตจากธุรกิจ สินค้า และบริการในประเภท Niche ที่เติบโตไปสู่การเป็นกระแสหลัก เดิมทีการเลือกหาสินค้าและสั่งผ่านทางออนไลน์ ไม่ใช่พฤติกรรมที่เป็นกระแสหลักของผู้คน แต่จับกลุ่มเฉพาะหรือ Niche Market เป็นหลักมากกว่า โดยเฉพาะสินค้าบางประเภทที่มีความเฉพาะตัว ยกที่จะเดินหาซื้อได้ในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป ดังนั้นแต่เดิมที การใช้ O2O จึงเหมือนเป็นการช่วยแก้ปัญหาและกระตุ้นยอดขายสำหรับตลาดเหล่านั้น แต่หลังจากการเติบโตอย่างมั่นคงและต่อเนื่องของโมเดลธุรกิจ O2O ก็ส่งผลให้มันกำลังกลายเป็นช่องทางกระแสหลักสำหรับ E-Commerce ในหลายประเทศ

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

รวงทอง ถาพันธุ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องร้านอาหารมีความสะอาดและการควบคุมป้องกันโรคพบว่า มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ของการแพร่ระบาดของเชื้อโรคในอาหารมาจากร้านอาหาร หมายความว่าร้านอาหารที่ถูกสุขอนามัยสามารถช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ เพราะฉะนั้นหากคุณเป็นเจ้าของร้านอาหารไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ ความสะอาดจึงเป็นหัวใจสำคัญ ยิ่งในยามที่เกิดโรคระบาด ความสะอาดของร้านอาหารยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมากขึ้นกว่าเดิม แต่ถึงแม้เราจะรู้ว่า การทำความสะอาดร้านอาหาร เป็นสิ่งที่สำคัญมาก ในการป้องกันการปนเปื้อนและการแพร่กระจายของเชื้อโรค แต่ด้วยงานสารพัดอย่างที่มีให้ทำมากมาย จึงเป็นเรื่องยากที่คุณหรือพนักงานในร้านจะจำงานทำความสะอาดประจำวันได้ทั้งหมด เราจึงจำเป็นต้องมีรายการทำความสะอาดไว้เช็คทุกครั้งเพื่อให้ไม่พลาดสิ่งสำคัญจนทำให้เกิดความสกปรกและแก้ไขได้ยากในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอก ชูณหัชชราชัย (2563) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใส่ใจสุขภาพและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชานมไข่มุกเพื่อสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง ปริมาณ ใช้แบบสอบถามปลายปิด ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์การซื้อชานมไข่มุกเพื่อสุขภาพ สถิติที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ในการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และใช้สถิติเชิง อนุมานในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปีมีรายได้ระหว่าง 20,000-30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามตระหนักถึงสุขภาพ และชื่นชอบการดูแลสุขภาพตนเองเสมอ รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับราคาและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จึงส่งผลให้ ปัจจัยด้านการใส่ใจ สุขภาพ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชานมไข่มุกเพื่อสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลจากงานวิจัยนี้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ ในบริบทของการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคในวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มประชากร ที่มีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่มีต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มยอดนิยม “ชานมไข่มุก” ในแง่มุมของ การตระหนักรู้ในด้านสุขภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อชานมไข่มุกเพื่อสุขภาพของประชากรกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้ ผู้เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจ นำมาซึ่งการพัฒนาคุณค่าของสินค้า กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด หรือ สร้างแผน ธุรกิจให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคยุคปัจจุบันได้

ศานิต วิชานศวกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่องร้านอาหารที่มีสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ ในรูปแบบ Delivery สำหรับผู้ป่วยเฉพาะทางแห่งแรกของเมืองไทย ก่อตั้งโดย อายุรแพทย์หญิงที่มีประสบการณ์การวินิจฉัยและดูแลผู้ป่วยมานานกว่า 15 ปีและได้เล็งเห็นความสำคัญของอาหารผู้ป่วย จากการที่ผู้ป่วยได้รับการรักษาจากโรงพยาบาลจนอาการดีขึ้นและได้กลับไปพักฟื้นที่บ้าน แต่เมื่อกลับมาติดตามผลการรักษากลับพบว่าผลการรักษาอาการป่วยไม่เป็นที่น่าพอใจเท่าไรนัก อันเนื่องมาจากผู้ป่วยไม่สามารถควบคุมอาหารได้หรือขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอาหารที่รับประทานเข้าไป เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้หมอนัวจึงมุ่งมั่นที่จะมอบคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีให้กับผู้ป่วยอย่างยั่งยืน จึงได้เริ่มก่อตั้ง “Modish food design” ที่มีความหมายว่าการปรับและออกแบบสารอาหารแต่ละจานให้เหมาะกับแต่ละบุคคล เพื่อให้ผู้ป่วยและผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพเป็นพิเศษสามารถเข้าถึงอาหารเฉพาะโรคได้ด้วยบริการ Delivery ที่มีความสะดวก รวดเร็วและส่งตรงถึงหน้าบ้านได้ทันที

กรรณิการ์ ชัยอำนาจ และ กฤษฎา มุฮัมหมัด (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็น 39 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า

1) ปัจจัยประชากรศาสตร์พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เพียงด้านเดียว

2) ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อ พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เพียงด้านเดียวและ 3) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน ทาง แอปพลิเคชัน SHOPEE ของคน วัยทำงาน ใน เขต กรุงเทพมหานคร พบว่า มีทั้งหมด 2 ด้าน คือ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายและ ด้านการส่งเสริมการตลาด

กิตติกร เรืองขำและคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้ สถานการณ์Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวโดย ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ประกอบด้วย

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการได้มีการวิเคราะห์ถึงผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการผลิตอาหารโดย การวิเคราะห์พิจารณาถึงต้นทุน ได้ใช้วิธีการปรับลดปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบ
- 2) ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการไม่ได้มีปรับราคาสินค้า ให้กับผู้บริโภคแต่จะมีการลดราคาเมื่อลูกค้าสั่งผ่านระบบ ออนไลน์
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการใช้ระบบออนไลน์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า
- 4) ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ร้านอาหารมีการส่งเสริมการตลาดให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าผ่านระบบออนไลน์ สามารถรับส่วนลดได้ตามโปรแกรมต่าง ๆ ที่ทางร้านอาหาร กำหนดไว้
- 5) ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์กำลังคนโดยการลดเวลาการทำงานลง และให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพ อนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน
- 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ พบว่า ผู้ประกอบการได้ให้ ความสำคัญกับองค์ประกอบทางกายภาพของร้านอาหารทั้งด้านสภาพห้องอาหาร บรรยากาศ การตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ต่าง ๆ
- 7) ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพ ด้านการบริการโดยมี กระบวน ควบคุมการบริการด้วยการนำข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นเห็นของลูกค้า ในรูปแบบออนไลน์

Jun, Kang & Arendt (2014) ได้ศึกษาเรื่องผลของคุณค่าต่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้ออาหารที่ดีต่อสุขภาพ : พิจารณาบทบาทของทัศนคติต่อรสชาติอาหารและความ เป็นอยู่ที่ดี สุขภาพที่ดีของอาหารที่ดีต่อสุขภาพ โดยการศึกษาได้สำรวจความตั้งใจของลูกค้าร้านอาหารในการเลือกรายการเมนูที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (เช่น ไขมันต่ำ หรือแคลอรีต่ำ) โดยใช้ แบบจำลอง พฤติกรรมคุณค่าของอาหารและทัศนคติต่ออาหาร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยลูกค้าที่เคยมาทานอาหารที่มี ประโยชน์เหล่านี้ไปแล้วที่ร้านอาหารแบบสบาย ๆ ใช้การวิเคราะห์สมการเชิง โครงสร้าง (Structural equation modeling) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าทาง สุขภาพของลูกค้ามีเจตคติและ เจตนาเชิงพฤติกรรมที่ดีและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อโภชนาการที่มี ไขมันต่ำหรือแคลอรีต่ำมีผลต่อ พฤติกรรมความตั้งใจมาซื้อหรือใช้บริการ อย่างไรก็ตามทัศนคติต่อ รสชาติของเมนูอาหารที่ดีต่อสุขภาพมี ผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการเลือกแนะนำและแพร่กระจาย ปากต่อปากเกี่ยวกับรายการเมนูเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าร้านอาหารควรให้ความสำคัญต่ออาหารที่ดีต่อสุขภาพ

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ (2566) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างความรู้ด้านสุขภาพิบาลอาหาร ด้านโภชนาการ โดยการสร้างความเข้าใจให้กับผู้จำหน่ายอาหาร/ผู้ปรุงอาหาร และผู้บริโภค จะทำให้ผู้ จำหน่ายอาหารเข้าใจถึงความสำคัญของการมีสถานที่ที่เตรียมปรุงอาหาร การปรุงอาหารและสุขลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนบุคคลที่ถูกต้องและการปรุงอาหารที่มีรสหวานหวานน้อย มันน้อย เค็มน้อย มีน้ำตาล น้ำมันโซเดียม ไม่เกินความต้องการของร่างกายทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการกินอาหารที่เหมาะสมกับตนเอง การทำให้ผู้จำหน่ายอาหารสามารถปรุงอาหารที่เป็นเมนูสุขภาพได้ต้องมีการอบรมให้ความรู้หลักการปรุงอาหาร เพื่อสุขภาพและฝึกปฏิบัติการตักอาหารตามขนาด S M L มีการติดป้ายหน้าร้านที่บอกกับผู้บริโภคว่า มีอาหารใดบ้างที่เหมาะสมกับ ผู้บริโภคที่เป็นโรคอ้วน เบาหวาน ความดัน หัวใจ ไขมันในเลือดสูง และ มะเร็ง การทำให้ ผู้บริโภคมีความรอบรู้ด้านโภชนาการ จะทำให้ผู้บริโภคมีการเสาะหาร้านอาหารที่มีเมนูสุขภาพ เพื่อจะให้กินอาหารที่เหมาะสมกับตัวเอง ตัวอย่างการสร้างความรู้ด้านโภชนาการ และ สุขภาพอาหาร ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริโภค

วรัญญู อินทรกำแหง (2563) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางของอาหารชั้นสูงแบบดั้งเดิมในหลายแง่มุม มีอาหารที่สดใหม่ อร่อยถูกปาก จึงก่อตัวเป็นเมนูฟิวเมนต์ที่ต่อมารู้จักกันในนามของอาหารยุคใหม่ หรือ ‘นูแวลล์ครี ซีน’ (Nouvelle Cuisine) การปรุงอาหารรูปแบบใหม่นี้เน้นใช้วัตถุดิบสดใหม่ในท้องถิ่น ตามฤดูกาล เป็นอาหารที่เรียบง่ายมากขึ้น เน้นรสชาติของวัตถุดิบ โดยใช้เครื่องปรุงรสและซอสน้อยลง บวกกับใช้เวลาในการปรุงที่ลดลง

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา อาหารชั้นสูงในยุคปัจจุบันได้กลายมาเป็นส่วนผสมระหว่าง ทั้งสองรูปแบบนี้ โดยยังคงเน้นรสชาติที่ถูกปากและเทคนิคที่เชี่ยวชาญ ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับ วัตถุดิบสดใหม่ที่หาได้ตามฤดูกาล แม้แต่ร้านอาหารยุคใหม่ที่มีความเป็นสากลจนไร้สัญชาติตามที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ทุกวันนี้ก็ยังได้รับอิทธิพลผ่านวันเวลามาจากอาหารชั้นสูงของฝรั่งเศส ซึ่งเซฟรูนใหม่ทั่วโลกต่างก็นำมาปรับใช้และสร้างสรรค์เป็นแนวทางใหม่ ๆ ของตัวเอง ไม่เว้นแม้แต่ประเทศไทย ซึ่งมีร้านอาหารหรู ระดับไฟน์ไดน์นิ่งผุดขึ้นมากมาย

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
		คุณภาพอาหาร	การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร
รวงทอง ภาพันธุ์ (2563)	ร้านอาหารมีความสะอาดและการควบคุมป้องกันโรค	√	
ศานิต วิชานศวกุล (2563)	ร้านอาหารที่มีสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ	√	
กิตติกร เรืองขำและคณะ (2563)	กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์	√	
กรรณิการ์ ชัยอำนาจ และ กฤษฎา มุฮัมหมัด (2564)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	√	√
Jun, Kang & Arendt (2014)	ผลของคุณค่าต่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้ออาหารที่ดีต่อสุขภาพ	√	√

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
		คุณภาพอาหาร	การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคนในจังหวัดชุมพร
พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ (2563)	การสร้างความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหาร ด้านโภชนาการ	✓	
วรัญญา อินทรกำแหง (2563)	แนวทางของอาหารชั้นสูงแบบดั้งเดิมในหลายแง่มุม มีอาหารที่สดใหม่ อร่อยถูกปาก	✓	

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 7 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- ส่วนที่ 3 การสร้างเครื่องมือวัด
- ส่วนที่ 4 การตรวจสอบเครื่องมือวัด
- ส่วนที่ 5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- ส่วนที่ 7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.1 แหล่งข้อมูลและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นการศึกษาแบบวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาคุณภาพอาหารและการตัดสินใจซื้อ จึงเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้ออาหารจากร้านอาหารในธุรกิจรูปแบบ O2O ผู้คนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชุมพรตามที่กำหนดไว้

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ที่สามารถอ้างอิงได้ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถามออนไลน์

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ความคาดเคลื่อน $\pm 5\%$ โดยใช้สูตรในการคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-p)z^2}{d^2}$$

โดย	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ถูกต้อง
	p	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (0.5)
	z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ความเชื่อมั่น 95%) เท่ากับ 1.96
	d	แทน	สัดส่วนความคาดเคลื่อน (ความเชื่อมั่น 95%) เท่ากับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนค่าในสูตรการคำนวณ

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากผลการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ W.G Cochran (1953) ผู้วิจัยจึงมีการวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน โดยมีขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.2.1 การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบวิธีเจาะจง คนที่อยู่ในจังหวัดชุมพรและเคยซื้ออาหารร้านอาหารในรูปแบบธุรกิจ O2O

3.2.2 ในการศึกษาค้นคว้านี้เก็บข้อมูลการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างและจึงแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตัวเอง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการศึกษา คือ แบบสอบถามออนไลน์ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ตรวจสอบเนื้อหาของคำถามที่อยู่ในแบบสอบถามและหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามออนไลน์เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์มีความเข้าใจต่อคำถามในแบบสอบถามออนไลน์ตรงกันและมีเนื้อหาครบถ้วนที่จะใช้สอบถามทั้งนี้การดำเนินการในเรื่องดังกล่าวประกอบด้วย 4 ส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลหรือข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของคำถามเป็นคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพอาหาร โดยพัฒนาแบบสอบถามมาจาก พิณชา กิจเกษมพงศา (2561) ประกอบด้วย ดังนี้

1. ร้านอาหารมีความสะอาด
2. ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบในการประกอบการหารที่สดใหม่
3. ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก
4. ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร โดยพัฒนาแบบสอบถามมาจาก พิณชา กิจเกษมพงศา (2561) ดังนี้

1. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารด้วยตัวท่านเองโดยไม่มีคำสั่ง
2. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น
3. ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส
4. ท่านจะแนะนำคนอื่นให้ไปเลือกซื้ออาหารเจ้าอร่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยส่วนที่ 2 และ 3 มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เห็นด้วยน้อยที่สุด

ทั้งนี้ในการแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตนั้นทำได้โดยกำหนดคะแนนแทนน้ำหนักให้แก่ช่วงของระดับความคิดเห็นแล้วคำนวณค่าเฉลี่ยและนำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายโดยใช้ช่วงห่างหรือพิสัยของคะแนนทุกระดับเท่ากัน (พิศนุ พงศ์ศรี, 2552) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนมากที่สุด} - \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

สำหรับค่าแปลความหมายการเฉลี่ยใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

- | | | |
|-------------|---------|-----------------------------|
| 4.21 – 5.00 | หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยมาก |
| 2.61 – 3.40 | หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยน้อย |
| 1.00 – 1.80 | หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อคุณภาพอาหารของร้านอาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาในครั้งต่อ ๆ ไป ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

3.4 การสร้างเครื่องมือวัด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดขอบเขตการศึกษา สังเคราะห์ และประมวลข้อมูลเพื่อพัฒนาตัวแปรในการวิจัยแล้วนำมาสร้างกรอบความคิดในการวิจัย และสร้างเครื่องมือวัดให้ครอบคลุมตามจุดประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

3.4.1 ทำการศึกษา ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วยแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพอาหาร และการตัดสินใจซื้อแล้วนำมากำหนดเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 สร้างแบบสอบถามออนไลน์เกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทำการศึกษากลับมาเป็นแบบสอบถามออนไลน์ตามรายการ (Check list) ลักษณะแบบสอบถามออนไลน์เป็นมาตราวัดลิเคอร์ (Likert Scale) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวัดระดับการรับรู้คุณภาพอาหารของลูกค้าร้านอาหารในจังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ของ (พิณิชา กิจเกษมพงศา, 2561) ซึ่งมีข้อคำถาม 4 ข้อ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ร้านอาหารมีความสะอาด
2. ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบในการประกอบการหารที่สดใหม่
3. ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก
4. ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวัดระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในร้านอาหารในจังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ของ (พิณชา กิจเกษมพงศา, 2561) ซึ่งมีข้อคำถาม 4 ข้อ ดังนี้

1. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารด้วยตัวท่านเองโดยไม่มีคำสั่งเลย
2. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น
3. ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส
4. ท่านจะแนะนำคนอื่นให้ไปเลือกซื้ออาหารเจ้าอร่อย

3.5 การตรวจสอบเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้เกิดความตรงทางด้านเนื้อหาและความเชื่อมั่น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.5.1 การตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามออนไลน์เป็นผู้ประเมินคำถามในแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้องเหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการวัดในแต่ละด้านและตรงประเด็นที่ต้องการศึกษาหรือไม่

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำศึกษาอิสระ จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน มีรายชื่อในภาคผนวก โดย ผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นนำค่า

คะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum x}{N}$$

โดย $\sum x$ หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ตารางทางตรง (Validity: IOC) การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และการ ทดสอบ
ดัชนีความสอดคล้องระหว่างของคำถามกับวัตถุประสงค์

เรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจ
รูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1.	เพศ					
	ชาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	หญิง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	อายุ					
	20-29 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	30-39 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	40-49 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	50-59 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	ระดับการศึกษาสูงสุด					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	พนักงานบริษัทเอกชน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ข้าราชการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ผู้เกษียณอายุ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	+1	+1	+1	1	ใช้ได้	
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	10,001 – 20,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	20,001 – 30,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	30,001 – 40,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
40,001 – 50,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้	
ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้	

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพอาหาร

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
คุณภาพของอาหาร (Food Quality: FQ)						
1.	ร้านอาหารมีความสะอาด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	ร้านอาหารใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สดใหม่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.	ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อ

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
การตัดสินใจซื้ออาหาร (Purchase Decision)						
1.	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารด้วยตัวท่านเองโดยไม่มีคำสั่ง	0	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น	0	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.	ท่านจะแนะนำคนอื่นให้ไปเลือกซื้ออาหารเจ้าอร่อย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

หมายเหตุ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 คัดเลือกว่าใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่น้อยกว่า 0.5 พิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก

การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้ทำวิจัยนำแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นและผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญและทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับผู้บริโภคที่ซื้ออาหารจากร้านอาหารในธุรกิจรูปแบบ O2O ผู้ที่ได้รับบริการในร้านอาหารในจังหวัดชุมพร จำนวน 30 คน หากมีค่า 0.7 ขึ้นไป จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (กิตติ แก้วเขียว, 2023) ซึ่งแบบสอบถามออนไลน์ในงานวิจัยนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคของคุณภาพอาหาร เท่ากับ 0.806 และการตัดสินใจซื้อ เท่ากับ 0.763 และกล่าวได้ว่า แบบสอบถามออนไลน์มีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง แสดงรายละเอียดดัง ตารางที่ 3.12

ตาราง 3.2 แสดงจำนวนข้อคำถามการรับรู้คุณภาพอาหารและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค	
	จำนวนข้อคำถาม (ข้อ)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค
1. ด้านคุณภาพอาหาร	4	0.806
2. การตัดสินใจซื้อ	4	0.763

จากตารางที่ 3.2 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามออนไลน์ในงานวิจัยนี้ พบว่าข้อคำถามของปัจจัยการรับรู้ด้านคุณภาพอาหารมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค 0.806 และการตัดสินใจซื้อ 0.763 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าตามเกณฑ์ (0.7)

สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้ทำวิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับบริการที่ซื้ออาหารจากร้านอาหารในธุรกิจรูปแบบ O2O ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชุมพร อย่างน้อย 1 ครั้งที่ได้เข้ารับบริการ โดยมีแบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการวิจัยและตั้งเป้าหมายในการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ทั้งหมด 400 ชุด โดยส่งแบบฟอร์มแบบสอบถามออนไลน์นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามออนไลน์และจัดหมวดหมู่ในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ทั้งหมด 400 ชุด จะนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยนำแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมแล้วนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.7.1 เมื่อรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์ตามความต้องการแล้วผู้วิจัยได้ตรวจสอบจำนวนความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามออนไลน์

3.7.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูลและทำการลงรหัส (Coding) แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติต่าง ๆ

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.8.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

3.8.1.1 สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป และระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพอาหารและการตัดสินใจซื้อ

3.8.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

3.8.2.1 การทดสอบปัญหาพหุสัมพันธ์ (Multicollinearity) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป หรือมีความสัมพันธ์กันเองโดยสามารถตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปรอิสระแต่ละตัวด้วยค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) หากค่า VIF มากกว่า 10 และค่า Tolerance มากกว่า 5 แสดงว่าเกิดปัญหาพหุสัมพันธ์

3.8.2.2 สถิติเชิงอนุมาน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษานั้นคือ การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ หรือ Multiple Regression เพื่อวัดระดับอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อตัวแปรตามซึ่งตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพอาหาร และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อ

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้ประกอบการในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนและสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด ซึ่งคิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละเป็นแบบสอบถามออนไลน์ที่มีประโยชน์และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS V.26 แสดงผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ วิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐาน และนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพอาหารและการตัดสินใจซื้อ
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- 4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้นำสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อความเข้าใจในการอ่านข้อมูล ดังนี้

n	หมายถึง	จำนวน
Mean (\bar{X})	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
b	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในประชากร
S.E.	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ย
Beta (β)	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน
t	หมายถึง	ค่าสถิติ
t Sig.	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ
Tolerance	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนยินยอม
VIF	หมายถึง	ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน
R2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้กรอกแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตาราง 4.1-4.5 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ (%)
ชาย	124	31.00
หญิง	276	69.00
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ (%)
20 – 29 ปี	284	71.00
30 – 39 ปี	80	20.00
40 – 49 ปี	26	6.50
50 – 59 ปี	9	2.20
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	1	1.00
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20-29 ปีมีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 และอายุระหว่าง 30-39 ปีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ อายุ 40-49 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 อายุ 50-59 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 และ น้อยที่สุดอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	86	21.50
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	230	57.50
สูงกว่าปริญญาตรี	84	21.00
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และน้อยที่สุด สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ (%)
นักเรียน/นักศึกษา	133	33.30
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	62	15.50
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.70
ข้าราชการ	42	10.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	12.70
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	10	2.50
ผู้เกษียณอายุ	1	1.00
อื่น ๆ	18	4.50
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่มีอาชีพ เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 ข้าราชการ จำนวน 42 คน คิด เป็นร้อยละ 10.50 อื่น ๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และ น้อยที่สุด ผู้เกษียณอายุ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 10,000-10,000 บาท	133	33.30
10,001 – 20,000 บาท	105	26.20
20,001 – 30,000 บาท	100	25.00
30,001 – 40,000 บาท	38	9.50
40,001 - 50,000 บาท	16	4.00
50,001 บาท ขึ้นไป	8	2.00
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000-10,000 บาท บาทต่อเดือน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพอาหาร

คุณภาพอาหาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ร้านอาหารมีความสะอาด	4.33	0.740	มาก
2. ร้านอาหารใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สดใหม่	4.28	0.803	มาก
3. ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก	4.26	0.818	มาก
4. ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.25	0.832	มาก

จากตาราง 4.6 สรุปได้ว่า ในปัจจัยด้านคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์มีความคิดเห็นระดับมากในทั้ง 4 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ $\bar{X}=4.25$, S.D.=0.832 รองลงมาเรียงตามลำดับ ได้แก่ ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก $\bar{X}=4.26$, S.D.=0.818 ร้านอาหารใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สดใหม่ $\bar{X}=4.28$, S.D.=0.803 และน้อยที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารมีความสะอาด $\bar{X}=4.33$, S.D.=0.740

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารด้วยตัวท่านเอง โดยไม่มีความลังเล	4.34	0.769	มาก
2. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น	4.04	1.050	มาก
3. ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส	4.30	0.849	มาก
4. ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส	4.37	0.818	มาก

จากตาราง 4.6 สรุปได้ว่า ในปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์มีความคิดเห็นระดับมากในทั้ง 4 ข้อ โดยที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ท่านตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น $\bar{X}=4.04$, S.D.=1.050 รองลงมา เรียงตามลำดับ ได้แก่ ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส $\bar{X}=4.30$, S.D.=0.849 ท่านจะกลับไปซื้อ

อาหารอีกหากมีโอกาส $\bar{X}=4.37$, S.D.=0.818 และน้อยที่สุด ได้แก่ ท่านตัดสินใจซื้ออาหารด้วยตัวท่านเองโดยไม่มีทางเลือก $\bar{X}=4.34$, S.D.=0.769

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.8 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

ปัจจัย	การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O							
	\bar{X}	S.E.	b	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
คุณภาพอาหาร	4.33	0.316	0.411	0.426	9.397	0.000	1.000	1.000

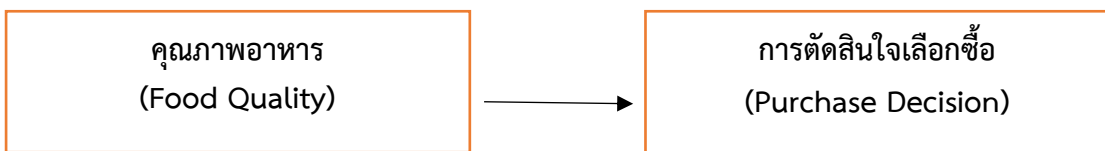
$R^2 = 0.426$, $F = 88.310$, $*p < 0.05$

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยคุณภาพอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีการดำเนินธุรกิจได้รูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่

นอกจากนี้ สมประสิทธิ์การกำหนด $R^2 = 0.426$ แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของ เรื่องคุณภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร คิดเป็นร้อยละ 4.26 ที่เหลือเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยอื่นในการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.000 ซึ่งไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013) ในการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนยินยอม Tolerance ค่า (Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0-1 หากค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระจากกันหากค่า Tolerance เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน จากผลการวิเคราะห์ค่า Tolerance ของตัวแปรทุกตัว พบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่างค่า 1.000 ซึ่งสูงกว่า 0.40) (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013) แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ซึ่งผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4.9

ภาพที่ 4.9 สรุปผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ



- > หมายถึง มีอิทธิพล/มีผล
- > หมายถึง ไม่มีอิทธิพล/ไม่มีผล
- * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร จึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร มีการอภิปรายผลและการสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร มีรายละเอียดสามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20-29 ปี มีระดับการศึกษา ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 – 10,000 บาท ต่อเดือน

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด พบว่า คุณภาพอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร โดยผู้วิจัยได้นำผลสรุปการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

คุณภาพของอาหาร (Food Quality) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ และความตั้งใจในการรับประทานอาหารผู้บริโภคอาหารให้คะแนนต่อคุณภาพอาหาร/เครื่องดื่มมีอิทธิพลมากที่สุดร้านอาหาร อย่างไรก็ตามอาหารที่มีคุณภาพจะขึ้นอยู่กับชนิดของร้านอาหารที่ได้รับการตรวจสอบเมื่อรับประทานอาหารที่ภัตตาคารระดับหรู ผู้บริโภคคาดหวังว่าอาหารที่ได้รับประทานจะมีคุณภาพดีเยี่ยมพร้อมด้วยการนำเสนอที่ดีเยี่ยม กลิ่นหอมอร่อย รสชาติดีเยี่ยมและปรุงสุกอย่างดีโดยใช้ส่วนผสมที่ดีร้านอาหารระดับรองลงมาจะมีบริการที่รวดเร็ว เพื่อบรรเทาความหิวโดยด้วยคุณค่าที่ดีต่อเงินที่จ่าย และผู้บริโภคอาจไม่คาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ที่ซับซ้อน หรือส่วนผสมพิเศษ ผู้บริโภคมีความคาดหวังที่แตกต่างกันในแต่ละประเภทร้านอาหาร ร้านอาหารที่ให้บริการอย่างรวดเร็วอาจไม่เป็นไปตามเกณฑ์ หรือคุณภาพที่คาดหวัง แต่สำหรับร้านที่หรูหราก็เป็นที่คาดหวังมากจากผู้บริโภค เหตุผลที่จะดึงดูดลูกค้าไว้และให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก คือ คุณภาพของอาหาร และบริการความสำคัญของคุณภาพอาหารตามผลการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า คุณภาพอาหารถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าคุณภาพของอาหารทางด้านผู้ขายอาหารริมทางต้องมีความรู้เรื่องอาหารปลอดภัย และมีใบประกาศนียบัตรรับรองจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์การอาหารและยาประจำปีเพื่อความน่าเชื่อถือความรู้เรื่องสุขภาพ สุขอนามัยที่ถูกต้องตามบทบัญญัติ โครงสร้างพื้นฐานของสถานประกอบการตามข้อบังคับอุตสาหกรรม อย่างถูกต้องมีวิธีการในการอบรม พนักงานและนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ ในทางกลับกันผู้บริโภคก็ควรจะได้รับความรู้เกี่ยวกับอาหาร ภายใต้วงแวดล้อมที่เป็นอยู่เช่นกันผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างเช่น การจัดกิจกรรมรณรงค์สุขภาพอาหารปลอดภัย โดยจัดกิจกรรม และการใช้สื่ออย่างมีส่วนร่วมในการโน้มน้าวชักจูงใจ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ พื้นฐานทางด้านกายภาพทำให้มีความรู้รับรู้ และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านการสุขภาพถูกต้องมากขึ้นเมื่อปรับปรุงการสุขภาพ หรือจะเป็นการจัดกิจกรรมรณรงค์ในรูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ อย่างมีส่วนร่วม เพิ่มแรงสนับสนุนทางสังคม มีการมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย และการใช้มาตรการ ผู้บริโภคสามารถใช้วิจารณญาณในการเลือกรับประทานที่เป็นประโยชน์ได้ การสนับสนุนจากรัฐบาลนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ สวัสดิการสังคมและการดูแลรายได้ของผู้ขายนี้ให้อยู่ ในฐานะผู้ประกอบการ ขนาดย่อม ที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านดี ๆ ต่อไป

ซึ่งผลวิจัยยังสอดคล้องกับรวงทอง ถาพันธุ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องร้านอาหารมีความสะอาดและ การควบคุมป้องกันโรค พบว่า มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ของการแพร่ระบาดของเชื้อโรคในอาหารมาจาก ร้านอาหาร หมายความว่าร้านอาหารที่ถูกสุขอนามัยสามารถช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ เพราะฉะนั้นหากคุณเป็นเจ้าของร้านอาหารไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ ความสะอาดจึงเป็นหัวใจสำคัญ ยิ่งในยามที่ เกิดโรคระบาด ความสะอาดของร้านอาหารยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมากขึ้นกว่าเดิม แต่ถึงแม้เราจะรู้ว่า การทำความสะอาดร้านอาหารเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ในการป้องกันการปนเปื้อน และการแพร่กระจายของเชื้อโรค แต่ด้วยงานสารพัดอย่างที่มีให้ทำมากมาย จึงเป็นเรื่องยากที่คุณ หรือพนักงานในร้านจะทำงานทำความสะอาดประจำวันได้ทั้งหมด เราจึงจำเป็นต้องมีรายการทำความสะอาดไว้เช็คทุกครั้ง เพื่อให้ไม่พลาดสิ่งสำคัญจนทำให้เกิดความสกปรก และแก้ไขได้ยากในอนาคต

อีกทั้งยังสอดคล้องกับศานิต วิชานศวกุล (2563) ได้ศึกษาเรื่องร้านอาหารที่มีสุขภาพ และมี คุณค่าทางโภชนาการในรูปแบบ Delivery สำหรับผู้ป่วยเฉพาะทางแห่งแรกของเมืองไทย ก่อตั้งโดยอายุรแพทย์หญิงที่มีประสบการณ์การวินิจฉัย และดูแลผู้ป่วยมานานกว่า 15 ปี และได้เล็งเห็น ความสำคัญของอาหารผู้ป่วย จากการที่ผู้ป่วยได้รับการรักษาจากโรงพยาบาลจนอาการดีขึ้น และได้ กลับไปพักฟื้นที่บ้าน แต่เมื่อกลับมาติดตามผลการรักษากลับ พบว่า ผลการรักษาอาการป่วยไม่เป็นที่น่า พอใจเท่าไรนัก อันเนื่องมาจากผู้ป่วยไม่สามารถควบคุมอาหารได้ หรือขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับอาหารที่รับประทานเข้าไป เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้หมอนุ้ยจึงมุ่งมั่นที่จะมอบคุณภาพชีวิต และ สุขภาพที่ดีให้กับผู้ป่วยอย่างยั่งยืน จึงได้เริ่มก่อตั้ง “Modish food design” ที่มีความหมายว่าการปรับ และออกแบบสารอาหารแต่ละจานให้เหมาะกับแต่ละบุคคล เพื่อให้ผู้ป่วย และผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพ เป็นพิเศษสามารถเข้าถึงอาหารเฉพาะโรคได้ด้วยบริการ Delivery ที่มีความสะดวก รวดเร็วและส่งตรงถึง หน้าบ้านได้ทันที

และยังสอดคล้องกับกรรณิการ์ ชัยอำนาจ และ กฤษณา มุฮัมหมัด (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า นีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ปัจจัยด้าน พฤติกรรม และปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทาง แอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็น 39 เครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เพียงด้านเดียว

2) ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เพียงด้านเดียว และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทาง แอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า มีทั้งหมด 2 ด้าน คือ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายและ ด้านการส่งเสริมการตลาด

และผลวิจัยในครั้งนี้อย่างสอดคล้องกิตติกร เรื่องข้าและคณะ (2021) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการกับตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัว โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการได้มีการวิเคราะห์ถึงผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการผลิตอาหารโดย การวิเคราะห์พิจารณาถึงต้นทุน ได้ใช้วิธีการปรับลดปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบ

2) ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการไม่ได้มีปรับราคาสินค้า ให้กับผู้บริโภคแต่จะมีการลดราคาเมื่อลูกค้าสั่งผ่านระบบ ออนไลน์

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการใช้ระบบออนไลน์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

4) ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ร้านอาหารมีการส่งเสริมการตลาดให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าผ่านระบบออนไลน์ สามารถรับส่วนลดได้ตามโปรแกรมต่าง ๆ ที่ทางร้านอาหารกำหนดไว้

5) ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์กำลังคนโดยการลดเวลาการทำงานลง และให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพ อนามัย และความปลอดภัยของพนักงาน

6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ พบว่า ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทางกายภาพของร้านอาหารทั้งด้านสภาพห้องอาหาร บรรยากาศ การตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ต่าง ๆ

7) ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ประกอบการมีการตรวจสอบคุณภาพ ด้านการบริการโดยมีกระบวนการ ควบคุมการบริการด้วยการนำข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นเห็นของลูกค้า ในรูปแบบออนไลน์

เอก ชุณหัชชราชัย (2565) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใส่ใจสุขภาพและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อชานมไข่มุกเพื่อสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามปลายปิด ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์การซื้อชานมไข่มุกเพื่อสุขภาพ สถิติที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ในการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และใช้สถิติเชิง อนุมานในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปีมีรายได้ระหว่าง 20,000-30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามตระหนักถึงสุขภาพ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นชอบการดูแลสุขภาพตนเองเสมอ รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับราคาและวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จึงส่งผลให้ ปัจจัยด้านการใส่ใจ สุขภาพ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไข่มุกเพื่อสุขภาพของผู้บริโภควัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลจากงานวิจัยนี้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ ในบริบทของการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคในวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มประชากร ที่มีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่มีต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มยอดนิยม “ขนมไข่มุก” ในแง่มุมมอง การตระหนักรู้ในด้านสุขภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไข่มุกเพื่อสุขภาพของประชากรกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้ ผู้เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจ นำมาซึ่งการพัฒนาคุณค่าของสินค้า กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด หรือ สร้างแผน ธุรกิจให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคยุคปัจจุบันได้

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพอาหารด้านโภชนาการ โดยการสร้างความเข้าใจให้กับผู้จำหน่ายอาหาร/ผู้ปรุงอาหาร และผู้บริโภคจะทำให้ผู้จำหน่ายอาหารเข้าใจถึงความสำคัญของการมีสถานที่ที่เตรียมปรุงอาหาร การปรุงอาหารและสุขลักษณะส่วนบุคคลที่ถูกต้อง และการปรุงอาหารที่มีรสหวานหวานน้อย มันน้อย เค็มน้อย มีน้ำตาล น้ำมันโซเดียมไม่เกินความต้องการของร่างกายทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการกินอาหารที่เหมาะสมกับตนเอง การทำให้ผู้จำหน่ายอาหารสามารถปรุงอาหารที่เป็นเมนูสุขภาพได้ต้องมีการอบรมให้ความรู้หลักการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ และฝึกปฏิบัติการทำอาหารตามขนาด S M L มีการติดป้ายหน้าร้านที่บอกกับผู้บริโภคว่า มีอาหารใดบ้างที่เหมาะสมกับ ผู้บริโภคที่เป็นโรคอ้วน เบาหวาน ความดัน หัวใจ ไขมันในเลือดสูง และ มะเร็ง การทำให้ ผู้บริโภคมีความรอบรู้ด้านโภชนาการ จะทำให้ผู้บริโภคมีการเสาะหาร้านอาหารที่มีเมนูสุขภาพ เพื่อจะให้กินอาหารที่เหมาะสมกับตัวเอง ตัวอย่างการสร้างความรอบรู้ด้านโภชนาการ และสุขภาพอาหาร ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริโภค

วรัญญา อินทรกำแหง (2023) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางของอาหารชั้นสูงแบบดั้งเดิมในหลายแง่มุม มีอาหารที่สดใหม่ อร่อยถูกปาก จึงก่อตัวเป็นเมนูฟิวเจอร์ที่ต่อมารู้จักกันในนามของอาหารยุคใหม่ หรือ ‘นูแวลล์ควิ ซิน’ (Nouvelle Cuisine) การปรุงอาหารรูปแบบใหม่นี้เน้นใช้วัตถุดิบสดใหม่ในท้องถิ่นตามฤดูกาล เป็นอาหารที่เรียบง่ายมากขึ้น เน้นรสชาติของวัตถุดิบ โดยใช้เครื่องปรุงรส และซอสน้อยลงบวกกับใช้เวลาในการปรุงที่ลดลง

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา อาหารชั้นสูงในยุคปัจจุบันได้กลายมาเป็นส่วนผสมระหว่างทั้งสองรูปแบบนี้ โดยยังคงเน้นรสชาติที่ถูกปาก และเทคนิคที่เชี่ยวชาญ ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับวัตถุดิบสดใหม่ที่หาได้ตามฤดูกาล แม้แต่ร้านอาหารยุคใหม่ที่มีความเป็นสากลจนไร้สัญชาติตามที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ทุกวันนี้ก็ยังได้รับอิทธิพลผ่านวันเวลามาจากอาหารชั้นสูงของฝรั่งเศส ซึ่งเซฟรุ่มใหม่ทั่วโลกต่างก็นำมาปรับใช้และสร้างสรรค์เป็นแนวทางใหม่ ๆ ของตัวเองไม่เว้นแม้แต่ประเทศไทย ซึ่งมีร้านอาหารหรูระดับไฟน์ไดน์นิ่งผุดขึ้นมากมาย

ซึ่งงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศ Jun, Kang & Arendt (2014) ได้ศึกษาเรื่องผลของคุณค่าต่อสุขภาพ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพ : พิจารณาบทบาทของทัศนคติต่อรสชาติอาหารและความเป็นอยู่ที่ดี สุขภาพที่ดีของอาหารที่ดีต่อสุขภาพ โดยการศึกษาได้สำรวจความตั้งใจของลูกค้าร้านอาหารในการเลือกรายการเมนูที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (เช่น ไขมันต่ำ หรือแคลอรีต่ำ) โดยใช้แบบจำลองพฤติกรรมคุณค่าของอาหาร และทัศนคติต่ออาหาร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยลูกค้าที่เคยมาทานอาหารที่มีประโยชน์เหล่านี้ไปแล้วที่ร้านอาหารแบบสบาย ๆ ใช้การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural equation modeling) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่า คุณค่าทาง สุขภาพของลูกค้ำมีเจตคติ และเจตนาเชิงพฤติกรรมที่ดี และทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อ โภชนาการที่มีไขมันต่ำ หรือแคลอรีต่ำมีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจมาซื้อหรือใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ทัศนคติต่อ รสชาติของเมนูอาหารที่ดีต่อสุขภาพมีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการเลือกแนะนำ และแพร่กระจาย ปากต่อปากเกี่ยวกับรายการเมนูเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ำร้านอาหาร ควรให้ความสำคัญต่ออาหารที่ดีต่อสุขภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในธุรกิจ

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการ ดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร เพื่อให้ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ และสามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างขึ้นผู้วิจัยขอแนะนำข้อเสนอแนะ เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ทัศนคติต่ออาหาร คุณภาพอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภคใน ชุมพร โดยร้านอาหารควรมีการนำเสนอ หรือแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ ที่สืบทอดมาช้านาน เช่น นำเสนอสูตรอาหารที่เป็นสูตรโบราณ ใช้วัตถุดิบที่หาได้ตามท้องถิ่น หรือ วิธีการปรุงแบบเก่าใช้เตา ถ่าน เป็นต้น

5.3.2 ทัศนคติต่ออาหาร คุณภาพอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภคใน ชุมพร โดยร้านอาหารควรคงรสชาติอาหารที่ถูกปากทั้งคนไทย และคนต่างชาติ ซึ่งจะต้องปรับปรุงสูตร อาหารให้เข้ากับวัฒนธรรมการทานอาหารของผู้บริโภค เช่น ชาวต่างชาติอย่าง ยุโรป อเมริกานั้นจะนิยมทาน รสจืด รสไม่จัด ส่วนคนไทยนิยมอาหารรสจัด

5.3.3 ทัศนคติต่ออาหาร คุณภาพอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภคใน จังหวัดชุมพร โดยร้านอาหารจะต้องคำนึงถึงโภชนาการของผู้บริโภค ซึ่งไม่ก่อให้เกิดโรค อ้วน เช่น การใช้ น้ำมันปรุงอาหารที่ไม่มากเกินไป หรือเลือกวัตถุดิบพวกเนื้อสัตว์ที่ไม่ติดมัน หรือให้ในปริมาณที่พอดีไม่มาก จนเกินไปและเหมาะสมกับราคา

5.3.4 ทัศนคติต่ออาหาร คุณภาพอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภคใน จังหวัดชุมพร โดยร้านอาหารควรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแหล่งสร้างชื่อเสียงในแต่ละท้องที่ ซึ่ง ผู้บริโภคจะทราบว่าของอร่อยเจ้าเดิม หรือต้นตำหรับจะอยู่ที่ไหน และจะยังคงดันดันไปทานและแต่ละ ท้องที่ก็จะมีเอกลักษณ์แตกต่าง เช่น ย่านใจกลางเมืองชุมพรก็จะเป็นอาหารตามสั่ง ทั่วไป เป็นต้น

5.3.5 ร้านอาหารมีความสะอาดกับร้านอาหาร ถือเป็นของคู่กันที่บางทีอาจมีความสำคัญมากกว่า “รสชาติ” ของอาหารด้วยซ้ำ เพราะกว่าจะได้ชิมได้รู้รสชาติอาหารนั้นแอร์ดอร์อยแคไหน ลูกค้ำจำเป็น จะต้องลิ้มรสชาติของบรรยากาศในร้านเสียก่อน ซึ่ง ความสะอาด ถือเป็นสิ่งที่ช่วยชี้ชะตาได้ว่าจะทำให้ ลูกค้ำประทับใจหรือไม่พอใจจนต้องคอมเพลน ทั้งนี้ สำหรับร้านอาหารที่อยากให้ลูกค้ำประทับใจแล้ว

5.3.6 ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สดใหม่ ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญที่ต้อง คำนึงถึง เนื่องจากอาหารที่เรากินเข้าไปนั้นหากไม่สะอาดอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพทั้งในระยะสั้นและ ระยะยาว เช่น หากมีการปนเปื้อนของยาฆ่าแมลงอาจทำให้ท้องเสียซึ่งอาจรุนแรงได้ หรือหากมีการ ปนเปื้อนของเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา หรือเชื้อไวรัสก็จะส่งผลต่อระบบทางเดินอาหาร หรือทำให้เกิดภูมิแพ้ได้ สำหรับกลุ่มเปราะบาง เช่น เด็กเล็ก ผู้สูงอายุ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่มีโรคเรื้อรังยิ่ง ต้องคำนึงถึงเรื่องความ สะอาด เพราะอาจทำให้เกิดภาวะทางสุขภาพรุนแรงได้มากกว่า ดังนั้นเรื่องความสะอาดของอาหารจึงต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกดูอาหารที่ผ่านกระบวนการล้างที่สะอาด กระบวนการผลิต การผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อ ทุกขั้นตอน ต้องสะอาดจนถึงมือผู้บริโภค

5.3.7 ร้านอาหารมีรสชาติอร่อยที่ถูกปาก เป็นร้านอร่อยขึ้นชื่ออีกร้านหนึ่งในจังหวัดชุมพร ร้านตั้งอยู่ย่านใจกลางเมืองชุมพร เปิดขายกันในช่วงเย็นยาวไปจนถึงช่วงดึก บรรยากาศภายในร้านสบาย ๆ บริการแบบเป็นกันเอง เรื่องเมนูอาหารรสชาติเด็ดไม่แพ้ร้านไหน ๆ ทั้งวัตถุดิบและขั้นตอนการปรุงสุก พิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติอร่อยถูกปากลูกค้า

5.3.8 ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ อาหารที่มีรสชาติอร่อย ปลอดภัย จากเชื้อ โรค สารเคมี และสารพิษคุณค่าทางโภชนาการในปริมาณและสัดส่วนที่เหมาะสม โดยผู้บริโภคสามารถเลือกสั่ง ลดหวาน มัน เค็ม ให้เหมาะสมกับตนเองได้

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร จากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร จากผลข้อมูลคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O จะเห็นว่า คุณภาพอาหารที่เกี่ยวกับร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}=4.25$ มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าข้ออื่น ๆ จึงมีข้อเสนอให้ร้านอาหารให้ความสำคัญกับร้านอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการให้มากขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าสายสุขภาพ ส่วนด้านการตัดสินใจซื้อ ควรตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}=4.04$ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น ๆ จึงเสนอให้ทางร้านอาหารสร้างกลยุทธ์ด้านการบริการ รสชาติอาหาร และความหลากหลายของเมนูอาหาร เป็นต้น เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์ และสามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.4.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภคในชุมพร ซึ่งเป็นพื้นที่ไม่เจาะจงหากต้องการทราบเจาะจงพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก การศึกษาครั้งต่อไปควรทำงานศึกษาเฉพาะตลาดหรือพื้นที่ เช่น ตลาดรถไฟ ถนนกรรมหลวง เป็นต้น

5.4.2 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหาร ซึ่งการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเรื่องของความจงรักภักดีต่อร้านอาหารและการตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหาร เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพการบริการ ส่วนผสม การตลาด บริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ชาวต่างชาติที่ใช้ บริการโรงแรม ระดับห้าดาวแห่งหนึ่งใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร.
- กัญญามน อินหว่าง, ญาณิศา มงคลพิทักษ์สุข และ รวงทอง ภาพันธุ์. (2019). เรื่องพฤติกรรมการเลือก บริโภคร้านอาหาร.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2562). การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร.
- กิตติกร เรื่องชำและคณะ. (2563). ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด.
- เกอ ช่ง. (2559). คุณภาพอาหาร คุณภาพบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค.
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร และ นิตนา ฐานิตธนกร. (2021). ประเภทของร้านอาหารคุณภาพของอาหารที่ส่งผล ต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร.
- นิภาวรรณ สุนทรโอวาท. (2562). ปัจจัยการออกแบบสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร และมีการตัดสินใจ ซื้ออาหาร และการออกแบบร้านอาหาร.
- พิณิชา กิจเกษมพงศา. (2561). คุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา ความพึงพอใจ คุณค่าด้าน สุขภาพ และทัศนคติต่ออาหาร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทาง ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร.
- พยุงค์ศักดิ์ วงศ์ศุภลักษณ์. (2562). คุณภาพอาหาร.
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์. (2563). การสร้างความรอบรู้ด้านสุขาภิบาลอาหาร ด้านโภชนาการ.
- รุ่งนภา เสถียรนุกูล. (2561). โมเดลธุรกิจแบบ Online to Offline การที่ผู้บริโภคออนไลน์ถูกนำเข้าสู่ ระบบการใช้ บริการร้านอาหารแบบออฟไลน์.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้ บริการซ้ำ ของผู้รับบริการ โรงพยาบาล เปาโลรังสิต.
- รวงทอง ภาพันธุ์. (2563). ร้านอาหารมีความสะอาดและการควบคุมป้องกันโรค.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรัญญู อินทรกำแหง. (2563). แนวทางของอาหารชั้นสูงแบบดั้งเดิมในหลายแง่มุม มีอาหารที่สดใหม่ อร่อยถูกปาก.
- วิลาลินี จงกลพีช. (2563). คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ว วิทยาศาสตร์ การณีศึกษา บริษัท เอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด.
- ศานิต วิชานศวกุล. (2563). ร้านอาหารที่มีสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ.
- เอก ชุณหัชชราชัย. (2562). การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใส่ใจสุขภาพและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ.

ภาษาอังกฤษ

- Alpha Phakarapinyo. (2021). food quality.
- Gao, Y., Kang, M., Wang, T., & Wang, M. (2015). The role of switching costs in O2O platforms: Antecedents and consequences.
- Harrington, Ottenbacher. (2020). quality of food It is a fundamental factor that affects the experience and intention of eating food.
- Health Value. (2020). Affects consumer attitudes. and consumer decision-making behavior.
- Jun, Kang & Arendt. (2014). important factors influencing Consumers' food purchase decisions.
- Kim & Lee. (2013). food quality.
- Kotler. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control.
- Lu & Gursoy. (2017). Perspectives and positive aspects of consumers towards food quality.
- Namin. (2021). health value perception.
- Reime Novak & Wardle. (2021). health value perception.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายนามผู้ทรงวุฒิตรวจเครื่องมือ

ดร.กิตติ แก้วเขียว

ผ.ศ.ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร

ผ.ศ.ดร.พีชราภรณ์ นาคเทวัญ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว 7010/

วันที่ 19 เมษายน 2566

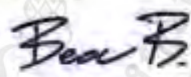
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.กิตติ แก้วเขียว

ด้วยนางสาวอินทิรา ชากกลาง รหัสนักศึกษา 64205108 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำวิจัย เรื่อง "คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร" โดยมี ดร.ปิวิธชา พุทเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2565 ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์


(ดร.ปิวิธชา พุทเกิด)
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "คุณภาพอาหารที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร" โดยนางสาวอินทรีรา ชากกลาง รหัสประจำตัว 64205108 นักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตร บริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.บัวฉิชา พุฒเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มผู้ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีการดำเนินธุรกิจแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1.) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษาการเรียงเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2.) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นวาสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่ามีไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวอินทรีรา ชากกลาง)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ดร. บัวฉิชา พุฒเกิด

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

สจธ. ๒๕๖๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาดิจิทัล ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวอินทรา ชากกลาง

รหัสนักศึกษา 64205108

หัวข้องานวิจัย “คุณภาพอาหารที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ปรับปรุง แก้ไข 1 ครั้ง วันที่ 11/10/2560

ลงชื่อ

(ดร.กิตติ แก้วเขียว)

วันที่

22 / 10 / 66

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว 7010/

วันที่ 19 เมษายน 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อุษณีย์ เสวกวัชรวิ

ด้วยนางสาวอินทรีฯ ขวากลาง รหัสนักศึกษา 64205108 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำวิจัย เรื่อง "คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร" โดยมี ดร.บิรมินชา พุทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้ที่มีความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2565 ตามเอกสารแนบท้าย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ดร.บิรมินชา พุทธิเกิด)
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "คุณภาพอาหารที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร" โดยนางสาวอินทรา ซากกลาง รหัสประจำตัว 64205108 นักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตร บริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.บิณิชา พุทธิเกศ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีการดำเนินธุรกิจแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1.) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษาการเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2.) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่อดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าย่อดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวอินทรา ซากกลาง)

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร. อ. อดิษฐ์ เลิศวิเศษ (๖๐/๒๕๖๖)
หน่วยงาน _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาดัชนี ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวอินทรา ชากกลาง
รหัสนักศึกษา 64205108
หัวข้องานวิจัย "คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจ
รูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร"

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ

(..... ม.ศ.ดร.อุษณีย์ เสาวพัทธ์)

วันที่ ๕/๑๔/๒๕๖๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว 7010/

วันที่ 19 เมษายน 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัชรารภรณ์ นาคเหนือ

ด้วยนางสาวอินทรา ซากกลาง รหัสนักศึกษา 64205108 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำวิจัย เรื่อง "คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร" โดยมี ดร.บิวนิชา พุทธเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในกรณี สจส. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้ที่มีความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2565 ตามเอกสารแนบด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ดร.บิวนิชา พุทธเกิด)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร" โดยนางสาวอินทรา ชากกลาง รหัสประจำตัว 64205108 นักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตร บริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร.ปิพนิตา พุทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารที่มีการดำเนินธุรกิจแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1.) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษาการเขียนเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2.) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่ายืดหยุ่น	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่ายืดหยุ่น	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่ายืดหยุ่น	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวอินทรา ชากกลาง)

นักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาดูอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร


.....

นักศึกษา นางสาวอินทิรา ชากกลาง
 รหัสนักศึกษา 64205108
 หัวข้องานวิจัย "คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจ
 รูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร"
 ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)
 ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....

.....

.....

ลงชื่อ 
 (..... ผ.ศ.ดร. พิชชวกรณ์ นาคเหนือ.....)
 วันที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามความคิดเห็น
เรื่อง คุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหาร
ที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร

ข้อชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาการศึกษาศาสตร์ รัชสวิชา 11546718 หลักสูตรบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารจากร้านอาหารที่มีการดำเนินธุรกิจรูปแบบ O2O ของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร โดยข้อมูลทั้งหมดจะใช้เพื่อประโยชน์ในการทำวิจัยเท่านั้นมิได้นำไปใช้ประโยชน์ ในทางอื่น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ และกราบขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพอาหาร
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นางสาวอินทิรา ชากลาง

นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุ 1) 20 - 29 ปี 2) 30 - 39 ปี 3) 40-49 ปี
 4) 50-59 ปี 5) ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
 3) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
 1) นักเรียน /นักศึกษา 2) เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) ข้าราชการ
 5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6) แม่บ้าน/พ่อบ้าน
 7) ผู้เกษียณอายุ 8) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 1) ต่ำกว่า 10,000 – 10,000 บาท 2) 10,001 – 20,000 บาท
 3) 20,001 – 30,000 บาท 4) 30,001 – 40,000 บาท
 5) 40,001 – 50,000 บาท 6) ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพอาหาร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพอาหาร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพอาหาร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. คุณภาพของอาหาร (Food Quality: FQ)					
1.1 ร้านอาหารมีความสะอาด					
1.2 ร้านอาหารใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่สดใหม่					
1.3 ร้านอาหารมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก					
1.4 ร้านอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. การตัดสินใจซื้ออาหาร (Purchase Decision)					
2.1 ท่านตัดสินใจซื้ออาหารด้วยตัวท่านเองโดยไม่มีคำสั่ง					
2.2 ท่านตัดสินใจซื้ออาหารจากการแนะนำของคนอื่น					
2.3 ท่านจะกลับไปซื้ออาหารอีกหากมีโอกาส					
2.4 ท่านจะแนะนำคนอื่นให้ไปเลือกซื้ออาหารเจ้าอร่อย					

ส่วนที่ 4 ปัญหา / ข้อเสนอแนะ

ปัญหา

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล : นางสาว อินทิรา ชากกลาง
Name & Last Name : Miss Inthira Chaklang

วัน เดือน ปี : เกิด 1 พฤษภาคม 2544
Date of Birth : May 1,2001



สถานที่ติดต่อ : 274 ตำบลบ้านนา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร รหัสไปรษณีย์ 86190
Location: 274 Ban Na Subdistrict, Mueang District, Chumphon Province Postal Code 86190

ประวัติการศึกษา

2565 ปริญญาตรี คณะ บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2022 Bachelor's degree in the Faculty of Business
Administration, King Mongkut's Institute of Technology
Ladkrabang Chumphon Campus, Khet Udomsak, Chumphon
Province

2562 ระดับการศึกษาวิชาชีพชั้นสูง อาชีวศึกษาชุมพร
2019 High Vocational Education Level Vocational Education
Chumphon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้