

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน
ของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

OFFICE WORKERS REQUIREMENT ON RESTAURANT SERVICE
FOR LAUNCH IN BANGKOK AREA



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2566
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**OFFICE WORKERS REQUIREMENT ON RESTAURANT SERVICE
FOR LAUNCH IN BANGKOK AREA**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
BUSINESS SCHOOL
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ²⁰²³ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2023

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	กิตติศักดิ์ มณฑปใหญ่
รหัสนักศึกษา	60611068
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหาร จำนวน 400 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ Independent Sample T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ Least Significant Difference (LSD)

จากผลการศึกษา พบว่า พนักงานออฟฟิศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ได้แก่ ประเภทร้านอาหาร ประเภทของอาหาร ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน ขนมที่รับประทาน เครื่องดื่มที่รับประทาน และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความต้องการการบริการร้านอาหาร, มือกลางวัน, พนักงานออฟฟิศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Office Workers Requirement on Restaurant Service for Lunch in Bangkok Area
Student	Mr. Kittisak Montopyai
Student ID	ID 60611068
Degree	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2022
Advisor	Associate Professor Katanyu Hiransomboon

ABSTRACT

This research aimed to study the needs of using restaurant services. For office workers' lunches in Bangkok and restaurant service behavior for office workers' lunches in Bangkok and compare the level of demand for restaurant services. Office workers' lunches in Bangkok are Categorized by personal factors and classified by the behavior of office workers using lunch restaurants in Bangkok. Office workers collected the data with a questionnaire from a sample in Bangkok eating lunch in a restaurant for 400 people were used to analyze the data by percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested using Independent Sample T-Test analysis One-Way ANOVA and Least Significant Difference (LSD)

From the study results, the office workers found that most were female, aged 31-40 years old, with bachelor's and postgraduate education, and had an average monthly income of 35,001 baht or more.

The hypothesis testing results revealed that Individual factors include gender, age, education level. and other monthly income. There is a level of demand for using restaurant services. For office workers' lunches in Bangkok, overall different. The behavior of office workers using restaurant services for lunch, including restaurant types type of food, the cost of using the service per time, The number of people who use the service together, dessert drinks, and those who influence different purchasing decisions. There is a level of demand for using restaurant services for lunch office workers in Bangkok overall with others.

Keywords: Requirement on Restaurant Service, Lunch, Office Workers

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในเรื่องความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ กัตัญญู หิรัญญูสมบุญ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำด้วยความเอาใจใส่อย่างดีอย่างต่อเนื่องจนการศึกษาวิจัยเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ที่กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสามารถทำงานวิจัยครั้งนี้ได้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่ได้ให้การช่วยเหลือและให้กำลังใจในการศึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ MBA22 ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาในการศึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยแต่เพียงผู้เดียว ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กิตติศักดิ์ มณฑปใหญ่

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.4 สมมติฐานของการศึกษา.....	5
1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา	6
1.6 นิยามศัพท์.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด.....	14
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน	17
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	27
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	30
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับ มือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	39
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับ มือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	42
4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล.....	50
4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	98
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	98
5.2 อภิปรายผล.....	104
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	112
บรรณานุกรม.....	115
ภาคผนวก.....	118
ประวัติผู้เขียน.....	125

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คำถาม (6WS และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7OS)	12
3.1 ผลการทดสอบหาค่า Cronbach's Alpha.....	29
3.2 สมมติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ทดสอบ.....	32
3.3 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	35
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	39
4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	42
4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์.....	43
4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา.....	44
4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	45
4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด	46
4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร	47
4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ	49
4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test.....	50
4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยวิธี One - Way ANOVA.....	52
4.13 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แยกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	53
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี t-test.....	56
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One - Way ANOVA.....	58
4.16 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แยกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	59
4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ โดยวิธี One – Way ANOVA.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD	65
4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน โดยวิธี One - Way ANOVA	70
4.20 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	72
4.21 ผลผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง โดยวิธี One - Way ANOVA.....	77
4.22 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	79
4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน โดยวิธี One - Way ANOVA.....	81
4.24 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยโดยวิธี One – Way ANOVA.....	85
4.26 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	87
4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยโดยวิธี One - Way ANOVA.....	90
4.28 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	92
4.29 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการโดยวิธี One - Way ANOVA.....	94
4.30 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	96
5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	102



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตัวอย่างประเภทร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน.....	2
1.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6
2.1 ร้านอาหารประเภท Fast food.....	17
2.2 ร้านอาหารประเภท Fast casual.....	18
2.3 ร้านอาหารประเภท Casual.....	19
2.4 ร้านอาหารประเภท Fine Dining.....	19
2.5 ร้านอาหารประเภท Catering.....	20
2.6 ร้านอาหารประเภท Delivery.....	21
2.7 ร้านอาหารประเภท Food Truck.....	21
2.8 ร้านอาหารประเภท Buffet.....	22

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ท่ามกลางการพัฒนาของเศรษฐกิจ และการแข่งขันระดับสูง เพื่อมุ่งขยายธุรกิจเป็นไปตามพันธกิจของแต่ละองค์กร ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย (วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ และ จวิวรรณ ปุรานิติ, 2565) บุคลากรต้องทำงานภายใต้ความกดดันและสถานการณ์ที่รีบเร่ง รวมไปถึงรูปแบบการทำงานที่ไม่จำกัดเวลา สถานที่ พนักงานบางคนต้องสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา เนื่องจากพัฒนาการของเทคโนโลยี และอุปกรณ์การสื่อสาร อาจทำให้ต้องทำงานนอกเหนือเวลางาน ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนเมืองมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก คนส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกและความรวดเร็ว อาจเนื่องจากปัญหาจราจรที่ติดขัด ไม่มีเวลาในการปรุงอาหารที่บ้าน ขนาดครอบครัวที่เล็กลง การรับประทานอาหารนอกบ้านถูกกว่าการปรุงอาหารรับประทานเอง รสชาติอาหารที่ดีกว่าและมีโปรโมชันให้เลือกมากมาย (พรมิตร กุลกาลสินขง, 2561)

โดยประชากรวัยทำงาน เป็นวัยที่อยู่ในช่วงอายุ 20- 60 ปี โดยประเทศไทยมีประชากรในวัยนี้ถึง 55.09 ล้านคน (ศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ กระทรวงแรงงาน, 2558) ซึ่งเป็นวัยที่ก่อให้เกิดผลผลิตทางด้านเศรษฐกิจ และมีส่วนสำคัญต่อฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศ ในสัดส่วนที่สูงกว่าวัยอื่น ๆ โดยรูปแบบการทำงานของพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานครนั้นส่วนมากจะทำงานอยู่ในอาคารสำนักงานที่สั่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน นอกจากนี้ยังรวมถึงร้านอาหารต่าง ๆ ที่จำหน่ายในบริเวณใกล้เคียง เมื่อพิจารณาถึงร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครแล้วพบว่าร้านอาหารหลากหลายประเภทดังภาพที่ 1.1



ร้านข้าวราดแกง



ร้านอาหารตามสั่ง



ฟู้ดคอร์ท



ร้านอาหารจานด่วน

ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างประเภทร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน

ทั้งนี้ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจต่อวันได้ไม่ต่ำกว่า 150 ล้านบาท โดยคาดว่า ในปี พ.ศ. 2566 ธุรกิจร้านอาหารน่าจะเติบโตร้อยละ 2.7-4.5 จากปี 2565 ขณะที่ปีพ.ศ. 2565 คาดว่ามีการขยายตัวร้อยละ 12.9 หรือมีมูลค่า 4.18-4.25 แสนล้านบาท (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2566) นอกจากนี้ยังพบว่า ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ หรือ Full Service เป็นกลุ่มร้านอาหารที่ทยอยกลับมาฟื้นตัวก่อน ซึ่งเป็นกลุ่มร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าและ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ส่วนการขยายตัวของร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด หรือ Limited Service Restaurants จะมาจากการขยายสาขาในกลุ่มอาหารจานด่วน และร้านอาหารขนาดเล็กที่คาดว่าจะเปิดตัวมากขึ้นกว่าปี 2564 เช่นกลุ่ม ร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน รวมถึงร้านอาหารรูปแบบใหม่ๆ ที่มีความคล่องตัวสูง โดยมีพื้นที่เป้าหมายเป็นบริเวณที่อยู่อาศัยและปริมณฑลทั้งในกรุงเทพฯ รอบนอก ปริมณฑล นอกจากนี้ ในปี 2565 ที่ผ่านมาผู้ประกอบการร้านอาหารในกลุ่มนี้ได้ให้ความสำคัญกับการทำตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายมากขึ้น จึงคาดว่าในปี 2565 ธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด จะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 6.4 – 6.8 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 4.6 – 11.8 ขณะที่ร้านอาหารข้างทาง หรือ Street Food ที่มีหน้าร้าน ยังขยายตัวได้ต่อเนื่อง โดยคาดว่าร้านอาหารประเภทดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากเป็นเมนูพื้นฐานที่เข้าถึงได้ง่าย และราคาไม่สูง ประกอบกับผู้ประกอบการรายใหญ่เข้ามาขยายฐานการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจร้านอาหารข้างทางที่มีหน้าร้าน ในปี 2565 มีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 1.84 – 1.86 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 2.0 – 3.0 (brand buffet, 2022)

โดยธุรกิจร้านอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แม้จะมีร้านอาหารที่ปิดตัวลงเป็นระยะ แต่ก็มีย่านอาหารเปิดใหม่เข้าสู่ตลาดต่อเนื่องเช่นกัน ผู้ประกอบการหลายใหญ่เข้ามาในธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น และมีการนำแบรนด์อาหารใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาทำตลาด ขณะเดียวกันผู้ประกอบการรายเล็กมีการเปิดร้านอาหารจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง กอปรกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสนิยม และมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้การทำธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวที่รวดเร็ว (สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย, 2565) โดยพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบออกจากบ้านไปที่ทำงานเพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัดรวมถึงภาระการทำงานที่มากเกินเวลา ทำให้ต้องปฏิบัติตามกิจวัตรประจำวันรวมถึงบริโภคอาหารอย่างเร่งรีบ ไม่สามารถพิถีพิถันจัดเตรียมและปรุงอาหารเพื่อไปบริโภคที่ทำงานได้สะดวกจึงพึ่งพาร้านอาหารในบริเวณที่ทำงาน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาเรื่องความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษานี้จะทำการศึกษาเฉพาะร้านอาหารประเภทนั่งรับประทานที่ร้านเท่านั้น เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ฟู้ดคอร์ท ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานออฟฟิศที่มีแหล่งที่ทำงานประจำเป็นหลัก แหล่ง ต้องเดินทางมาทำงานเป็นเวลาทุกวัน โดยทำงานภายในอาคารสำนักงาน ตึก ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารเช้ากลางวันในร้านอาหาร (ไม่ใช่ผู้ซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อมารับประทาน) จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงเป็นพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครและการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling)

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

1.3.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2) พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน ขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย เครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย และผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ

1.3.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม

2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 สมมติฐานของการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมื้อกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2.6 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 พนักงานออฟฟิศ หมายถึง พนักงานที่มีแหล่งที่ทำงานประจำเป็นหลักแหล่ง ต้องเดินทางมาทำงานเป็นเวลาทุกวัน โดยทำงานภายในอาคารสำนักงาน ตึก ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

1.6.2 ร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวัน หมายถึง ร้านอาหารประเภทนั่งรับประทานที่ร้านเท่านั้น เช่น ร้านอาหารราดแกง ร้านอาหารตามสั่ง ฟู้ดคอร์ท ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น

1.6.3 พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานออฟฟิศในการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวัน ประกอบด้วย ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน วิธีการสั่งอาหาร ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน ขนมหหรือเครื่องดื่มที่รับประทานในมื้อกลางวันด้วย ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ

1.6.4 ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศในการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับการรับประทานอาหารมื้อกลางวัน ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

1.6.5 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับอาหารประเภทต่าง ๆ ที่จัดไว้ให้แก่พนักงานออฟฟิศ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงานออฟฟิศได้

1.6.6 ราคา หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับราคาอาหารที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้

1.6.7 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้

1.6.8 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการขายของร้านอาหารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การลดราคา การขายโดยพนักงาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.9 บุคลากร หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานร้านอาหารที่สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว มีธรรมาศยดี มีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้

1.6.10 กระบวนการให้บริการ หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการต่าง ๆ ภายในร้านอาหาร ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้

1.6.11 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความต้องการของพนักงานออฟฟิศเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในร้าน การจัดหาอุปกรณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความต้องการของพนักงานออฟฟิศ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูล แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

จากการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายและแนวความคิดทฤษฎีจากนักวิชาการหลายท่านไว้ดังนี้

ชูชัย สมितिกร (2554) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของบุคคลแต่ละคน ที่มีความแตกต่างกันขึ้นกับข้อมูลครอบครัวของแต่ละคนและแนวคิดของ Martin Evans, Ahmad Jamal and Gordon Foxall (2006) ได้กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสำคัญกับนักการตลาด เพราะผู้บริโภคที่มี อายุ เพศ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน

ภาวิณี กาญจนภา (2559) กล่าวถึงตัวแปรทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. เพศ เพศหญิงและชายที่แตกต่างกันมีบทบาทในกระบวนการด้านพฤติกรรม ความจำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์คุณลักษณะหรือผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่แต่ละบุคคลแสวงหาที่จะได้รับการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์พฤติกรรมแสวงหาและการเลือกรับซื้อและข้อมูล ข่าวสารแตกต่างกัน

2. อาชีพ อาชีพเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับปัจจัยทางการศึกษา สถานภาพ และ รายได้ของบุคคล และยังเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงถึงแนวโน้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภคของบุคคล บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน อาจมีความชื่นชอบ แตกต่างกันในประเภทของผลิตภัณฑ์บางประเภท

3. การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคล โดยผ่านการเป็นตัวกำหนดความโน้มเอียงของรายได้และอาชีพของบุคคลในอนาคต บุคคลที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความชื่นชอบ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

4. อายุ อายุเป็นตัวแปรสำคัญซึ่งสามารถนำมาใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมทางด้านวัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางทัศนคติของกลุ่มบุคคลที่มีอายุที่แตกต่างกัน อายุส่งผลกระทบต่อแนวความคิด เกี่ยวกับตนเองและวิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล

5. รายได้ รายได้เป็นตัวแปรหนึ่งทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อแบบฉบับพฤติกรรมการซื้อของบุคคลแต่อาจไม่ใช่เป็นเพียงตัวแปรเดียวที่สามารถนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด

จากแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคจากหลายแหล่งที่มา พบว่ามีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการซึ่งบุคคลหรือกลุ่มใดเลือกสรร ซื้อ ใช้ หรือกำจัดผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและความปรารถนา

นิตยาพร เสมอใจ (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมที่ตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เสาวณีย์ บุญโต (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นตั้งแต่ก่อน ขณะและหลังที่มีการเปลี่ยนมือในสินค้าและบริการ ในกระบวนการนี้มีความเกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ การสรรหา การจับจ่ายใช้สอยในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองที่เกิดความพึงพอใจและส่งผลต่อการบริโภคหรือไม่บริโภคในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น หมายถึง กระทำของบุคคลในขั้นตอนการตัดสินใจของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องและพึงพอใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ ทั้งก่อนการบริโภค ขณะการบริโภค และหลังการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จึงนำไปสู่การศึกษาความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมีเอกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์ให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการวิจัยหรือค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคโดยใช้คำถามช่วยในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W1H ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 4 ด้าน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Object) คือ ต้องการคุณสมบัติหรือ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการ ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา
4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ซื้อช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน ซื้อในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านขายของ เป็นต้น
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกลังการซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถวิเคราะห์ห้ออกมาด้รูปแบบของตารางคำถาม (6WS และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7OS) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 คำถาม (6WS และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7OS)

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7OS)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the Consumer Buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจาก ผลิตภัณฑ์ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบ	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the Consumer Buy?)	ผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in The buying?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของเขา ทั้งทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายใน (2) ปัจจัยภายนอก (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7OS)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the Consumer Buy?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the Consumer Buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the Consumer Buy?)	ช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงาน	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562)

นอกจากนี้ตามแนวคิดของ Kotler & Keller (2014) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมเพราะมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ โดยจะถูกป้อนเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำโดยผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าความรู้สึกนึกคิดได้เกิดขึ้น เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบสนอง (Response) เรียกตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคว่า สิ่งกระตุ้นการตอบสนอง (Stimulus-Response Model: S-R Model) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจจะเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก โดยมีเหตุจูงใจและเหตุผลเป็นสิ่งที่กระตุ้น ในด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นภายนอกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และ 2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2014)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ผู้บริโภค และ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ซื้อ (Kotler & Keller, 2014)

3. การตอบสนองของผู้ซื้อผู้บริโภค (Buy's Response) ซึ่งมีการตัดสินใจจากประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อและการเลือกปริมาณการซื้อ เป็นต้น (Kotler & Keller, 2014)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถสรุปได้ว่าการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W1H ซึ่งประกอบไปด้วย ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

2.3.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

Armstrong & Kotler (2017) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดว่า เป็นเครื่องมือหรือปัจจัยที่ควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็น เป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นกลุ่มผู้บริโภคให้เป้าหมายเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562) กล่าวว่าไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด คือ ลักษณะทางการตลาดที่บริษัททำขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

สมชาย กิจขรรจง (2561) ได้ให้ความหมายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่า เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าบริการ เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้หรือผู้บริโภค การแสวงหา วิเคราะห์ สืบค้นเพื่อค้นผลิตภัณฑ์สู่ผู้ใช้ หรือผู้บริโภค เป็นเครื่องมือเพื่อเปิดช่องทางให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำซื้อเพิ่มและซื้อต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด ซึ่งตัวแปรดังกล่าวสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมได้ เพื่อให้กิจการอยู่รอด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.3.2 แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler and Keller (2014) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะในรูปของเงินและเวลา รวมไปถึงความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและการใช้บริการ คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การที่จะส่งมอบบริการ ให้กับลูกค้า เมื่อไหร่ และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไร และเกิดขึ้นสถานที่ไหนและส่งมอบกันอย่างไร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ ถือเป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจและการสื่อสารด้านการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า โดย ศิริวรรณ เจริญรัตน์และคณะ (2562) ได้กล่าวถึงความหมายของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสาร แจ้งข่าวสาร ระหว่างบริษัทและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านทางช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) คือ รูปแบบการเสนอขายสินค้าและบริการ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ บ้ายโฆษณา Internet เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยเฉพาะการออกสินค้าและบริการใหม่ ๆ การโฆษณาจะสามารถส่งข้อมูลออกไปได้ในวงกว้างเพื่อให้ลูกค้ารับรู้และรู้จักสินค้าและบริการและเข้าใจในสิ่งที่บริษัทต้องการสื่อถึงลูกค้าได้

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การขายโดยใช้พนักงานขายเป็นรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล (Person-to-Person Communication) ซึ่งการขายโดยพนักงานขายเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทั้งพนักงานขายและลูกค้าสามารถคาดหวังและตอบสนองกันได้ทันทีรวมถึงพนักงานขายจะต้องมีความพร้อม ความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) คือ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวในระยะเวลาสั้นๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นที่ทำให้การซื้อขายหรือให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในสินค้าและบริการ การส่งเสริมการขายจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถกระตุ้นยอดขาย รวมถึงสร้างผลกำไรของบริษัทให้เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) คือ การดำเนินงานเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อและใช้บริการ โดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์นั้นอาจจะเป็นการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่ใช่ก็ได้ เช่น ประชาชนทั่วไป พนักงานในองค์กร การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ความแตกต่าง (Differentiate) สร้างคุณค่า (Value Added) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) สร้างโอกาส (Opportunity) ในการเข้าถึงลูกค้ากับผลิตภัณฑ์ และองค์กรให้เป็นที่รู้จักมากกว่าคู่แข่งในตลาดได้อีกด้วย

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บุคลากรทั้งหมดในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการ ให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งนับตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน ยาม เป็นต้น ซึ่งบุคคลเหล่านี้ล้วนมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เนื่องจากเป็นผู้ที่กาหนดนโยบาย วางกลยุทธ์ให้บริการลูกค้า รวมถึงปฏิบัติงานสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปได้ โดยกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากแต่ละกลุ่มบุคคลขององค์กร ล้วนส่งผลกระทบต่อ การให้บริการรวมถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าได้

6. ด้านกระบวนการการให้บริการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในด้านการบริการ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้องค์กรควรออกแบบกิจกรรมในแต่ละกระบวนการให้ชัดเจน เนื่องจากหากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในกระบวนการดำเนินไปด้วยความเชื่อมโยงและสอดคล้องกัน ก็จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ และส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในท้ายที่สุด (กนกพรธ สุธฤทธิ, 2557)

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถจับต้อง หรือรับรู้ได้ เช่นการตกแต่งสถานที่ในการให้บริการอย่างสวยงามและสะอาดตา การแต่งกายของพนักงาน การใช้อุปกรณ์ในการทำงานที่ทันสมัย เป็นต้น โดยลักษณะทางกายภาพดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นเครื่องบ่งชี้คุณภาพของการให้บริการ ซึ่งถ้าหากลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ ก็จะทำให้องค์กรสามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในการใช้บริการของลูกค้าได้

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยได้ให้ความหมาย ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการสร้างยอดขายและความน่าสนใจจนกระทั่งทำให้เกิดความอยากซื้อ หรืออยากใช้บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน

ปัจจุบันความสะดวกสบายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตมนุษย์ การรับประทานอาหารนอกบ้านจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะมีความประหยัดเวลาในการประกอบอาหาร ธุรกิจร้านอาหารจึงเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้ปีละมากกว่า 500,000 ล้านบาท พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกรับประทานร้านอาหารนอกบ้านจะให้ความสำคัญกับการคำนึงถึงคุณค่าที่ได้รับในเรื่องของคุณภาพ (สุรัตน์ ลีลาทวิวัฒน์, 2560) ทั้งนี้การจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนการจัดตั้งใหม่สูงถึง 2,288 ราย เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2564 คิดเป็นร้อยละ 60.0 โดยธุรกิจร้านอาหารที่ดำเนินกิจการอยู่ ณ 30 กันยายน 2565 มีจำนวน 18,096 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.14 ของธุรกิจทั้งหมดที่ดำเนินกิจการอยู่ และมีมูลค่าทุน 114,174.98 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.56 ของธุรกิจทั้งหมดที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565)

โดยธุรกิจส่วนใหญ่ดำเนินกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัดซึ่งมีจำนวน 15,806 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.35 มูลค่าทุน 107,070.22 ล้านบาท โดยเป็นธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท จำนวน 7,946 ราย ทุนจดทะเบียน 1.01-5.00 ล้านบาท จำนวน 8,385 ราย ทุนจดทะเบียน 5.01-100 ล้านบาท จำนวน 1,654 ราย และมากกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 111 ราย โดยพบว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) มากที่สุด จำนวน 17,804 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.39 ธุรกิจขนาดกลาง (M) จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.24 ธุรกิจขนาดใหญ่ (L) จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.37 ซึ่งธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 7,516 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.53 และมีทุนจดทะเบียนรวม 78,078.76 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 68.39 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565)

โดยประเภทของร้านอาหารในปัจจุบันแบ่งได้ดังนี้ (Smart SME, 2017)

1. ร้านอาหารประเภท Fast food



ภาพที่ 2.1 ร้านอาหารประเภท Fast food

ที่มา: <https://www.thansettakij.com/business/497124>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านอาหารประเภทนี้จะเน้นความสะดวกรวดเร็ว ไม่เน้นการบริการ หากเจ้าของร้านไม่เก่งเรื่องการบริการสักเท่าไร เพราะต้องใช้ความรู้และพนักงานที่รักการบริการมาก ๆ ร้านอาหารประเภทนี้จึงเหมาะกับคนที่คิดว่ามีระบบที่เสิร์ฟอาหารได้ออกมาเร็ว และนำกิน ส่วนรสชาติคงไม่ต้องอร่อยมากแต่กินได้ เน้นการเสิร์ฟด่วน เช่น การเปิดร้านข้าวแกง ก็เป็นร้านอาหารประเภท Fast food ในแบบไทย

2. ร้านอาหารประเภท Fast casual



ภาพที่ 2.2 ร้านอาหารประเภท Fast casual

ที่มา: <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/hachiban-ramen-business-case-study/>

ร้านอาหารประเภท Fast casual เป็นร้านอาหารที่มีมากในปัจจุบัน โดยเป็นส่วนผสมระหว่าง Fast food กับร้านประเภท casual จะเน้นไปที่อาหารที่มีคุณภาพ และการบริการที่ดีในระดับกลาง ๆ เพิ่มเติมความสะดวกรวดเร็วให้มากขึ้น เช่น ร้านอาหารที่อยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ที่ต้องการขายทั้งรสชาติอาหารและความรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่นร้าน ฮะชิบังราเมน เป็นต้น

3. ร้านอาหารประเภท Casual



ภาพที่ 2.3 ร้านอาหารประเภท Casual

ที่มา: <https://www.wongnai.com/photos/7b2702ad8957435c83fb5b27d4ef3d12>

ร้านอาหารนั่งสบายๆ มีอาหารให้เลือกมากมาย มีบริการและบรรยากาศที่ดี มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ร้านแนวนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านขนาดกลาง เพราะไม่ต้องห่วงเรื่องความรวดเร็ว ลูกค้าสามารถรอได้ในเวลาที่ไม่นานนัก เจ้าของร้านที่มีความชอบของบางส่วนตัว มักจะนิยมเปิดร้านประเภทนี้ เช่น เจ้าของร้านที่ชอบเก็บของเก่า ก็จะนำของเก่ามาตกแต่งร้าน สร้างบรรยากาศด้วยการเปิดเพลงเก่า เพื่อดึงดูดลูกค้าที่มีความชอบเหมือนๆ กันมาใช้บริการ

4. ร้านอาหารประเภท Fine Dining



ภาพที่ 2.4 ร้านอาหารประเภท Fine Dining

ที่มา: <https://www.ryoiireview.com/article/fine-dining-bkk/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านอาหารประเภท Fine Dining เป็นประเภทของร้านอาหารระดับหรู เหมาะสำหรับการเลี้ยงรับรองแขก และกลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถในการซื้อสูง การเลือกร้านอาหารประเภทนี้เจ้าของร้านอาจอยู่ในสังคมที่มีกำลังซื้ออยู่แล้ว หรือเป็นที่รู้จัก เป็นเชฟชื่อดังมาก่อน จะยิ่งสร้างฐานลูกค้าได้ไม่ยากนัก

5. ร้านอาหารประเภท Catering



ภาพที่ 2.5 ร้านอาหารประเภท Catering

ที่มา: <https://www.sabuywedding.com/venues/narai-outside-catering>

ร้านอาหารประเภท Catering เป็นประเภทที่เน้นการจัดเลี้ยงนอกสถานที่แบบไม่ต้องมีหน้าร้าน แต่ต้องมีครัวกลางเอาไว้เก็บอุปกรณ์ เน้นอาหาร การจัดเลี้ยง และการบริการแบบเข้าถึง ส่งถึงที่ เจ้าของร้านจะต้องมีความแฉะที่พออย่างหนัก แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เก่ง และบริหารคนให้เป็น ส่วนใหญ่การลงทุนของธุรกิจประเภทนี้จะหมดไปกับอุปกรณ์การตกแต่งเป็นส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ร้านอาหารประเภท Delivery



ภาพที่ 2.6 ร้านอาหารประเภท Delivery

ที่มา: <https://www.snpfood.com/th/sp-business/restaurant-and-bakery-businesses/sp-delivery-and-take-away-delta>

ร้านอาหารประเภท Delivery เป็นการส่งอาหารตามออร์เดอร์โดยเฉพาะ อาจไม่มีหน้าร้าน เน้นรสชาติอาหาร และเป็นอาหารที่หากินที่ไหนไม่ได้ หรือเป็นอาหารที่เฉพาะกลุ่ม เช่นอาหารทะเลราคาสูง อาหารคลีน อาหารมังสวิรัต เป็นต้น เจ้าของร้านที่เก่งในการทำการตลาดจะได้เปรียบ เพราะยุคนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบซื้อของออนไลน์ จนเกิดค่านิยมชอบสั่งอาหารแบบ Delivery ตามไปด้วย

7. ร้านอาหารประเภท Food Truck



ภาพที่ 2.7 ร้านอาหารประเภท Food Truck

ที่มา: <https://www.ryoiireview.com/article/food-truck-12/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านอาหารประเภท Food Truck เป็นประเภทที่ไม่ต้องใส่ใจเรื่องทำเล เพราะอยู่ไม่เป็นที่ ที่ไหนคนเยอะก็ไปที่นั่น และก็ไม่เน้นการบริการเท่าไร ใส่ใจในความแปลกใหม่ของอาหารและรสชาติมากกว่า

8. ร้านอาหารประเภท Buffet



ภาพที่ 2.8 ร้านอาหารประเภท Buffet

ที่มา: <https://food.trueid.net/detail/n8rMBpBZDZy>

ร้านอาหารประเภท Buffet ร้านอาหารที่เน้นการขายอาหารให้กับผู้ที่ต้องการความคุ้มค่า มีการกำหนดราคาเป็นรายบุคคล เช่นร้านชาบู ร้านหมูกระทะ จะไม่เน้นที่บริการเท่าไร แต่เจ้าของร้านจำเป็นที่จะต้องเก่งในเรื่องการตลาดและการคิดคำนวณต้นทุนให้แม่นยำเพื่อที่จะเรียกคนมากินร้านอาหารเราเยอะๆ และต้นทุนไม่สูงมาก

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจณิภา คงอ้อม (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของประชาชนในเขตจังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ของประชาชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนจังหวัดนนทบุรี 400 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) ได้แก่ ไคสแอกซาร์นี่เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แควร์ Chi - square Test เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปร ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของประชาชนจังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการที่ร้าน เค เอฟ ซี (KFC) จำนวน 1-3 ครั้งต่อเดือน เพราะมีความชอบส่วนตัว นอกจากนี้พบว่าอาหารประเภทพิซซ่า เป็นที่นิยมจัดเลี้ยงสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน ค่าใช้จ่ายในการบริโภค 201-300 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่รับประทานที่ร้านในเวลาช่วงเย็น ที่ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อริญชย์ ณ ระนอง และ วุฒิสักดิ์ เจริญวงษ์มิตร (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ในจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 64.50 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 29.75 ศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.50 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 37.00 และ 소득 ร้อยละ 54.75 นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดนนทบุรี ภาพรวมทั้งหมด 7 ด้าน หากทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีมูลค่า 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 รองลงมาได้แก่ด้านบุคคล ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03, 3.97 และ 3.96 ตามลำดับ

นฤนาท นามกันทิ และสหภาพ พ่อคำทอง (2562) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งในศูนย์อาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งในศูนย์อาหารของผู้บริโภค โดยทำการศึกษากับผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยวิธีการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 300 ชุด โดยการนำลิงค์แบบสอบถามไปโพสต์ในเพจร้านอาหาร และวิดีโอแนะนำร้านอาหารใน www.youtube.com ร่วมกับการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จากร้านอาหารตามสั่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 เขต ที่ได้รายชื่อจากการสุ่มรายชื่อเขตของกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ และเขตบางแค เขตละ 20 ชุด รวมจำนวน 100 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวน และใช้สถิติ t-test / ANOVA และ Pearson's Correlation Coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน ผล

การศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การทานอาหารตามสั่งในศูนย์อาหารทำให้คู่
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีระดับมีรสนิยมนมากกว่าการทานอาหารตามสั่งทั่วไป โดยจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อบริการร้านอาหารตามสั่ง และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดร้านอาหารตามสั่งในศูนย์อาหารของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งในศูนย์อาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ชัยลักษณ์ ถาวรจิต (2564) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และเพื่อเสนอเป็นแนวทางในการเปิดธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาต่อไป เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยไค-สแควร์ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่าผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปิณฑิรา นาคนุช, สุธรรม พงศ์สารัญ และอิงอร ตันพันธ์ (2565) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางในเขตสวนหลวง 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางในเขตสวนหลวง 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารร้านริมทางในเขตสวนหลวงจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เลือกรับประทานอาหารร้านริมทางในเขตสวนหลวงจำนวน 400 คน ที่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้ประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Chi-square และ Multiple Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี สถานภาพ ครอบครัวยุคใหม่ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000- 19,999 บาท พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกรับประทานอาหารประเภทอาหารตามสั่ง เหตุผลที่เลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง คือ ราคาถูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทาน อาหารร้านริมทางมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกรับประทาน
ร้านอาหารริมทางคือ ผู้บริโภครอง และค่าอาหารในการรับประทานเฉลี่ย 70 บาทต่อครั้ง

สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสตรีทฟู้ดของ
ผู้บริโภคริมทางในเขตธนบุรีและเขตคลองสาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ
ศึกษาพฤติกรรมของการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสตรีทฟู้ดของผู้บริโภคริมทางในเขต
ธนบุรีและเขตคลองสาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ใช้การสุ่มแบบ
อสาสมัคร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด และแบบสัมภาษณ์ถึง โครงสร้างกับผู้
ประกอบอาหารจำนวน 30 ร้านค้า ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคริมทางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 -30
ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ และมีรายได้
ต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท มีพฤติกรรมของการบริโภคสตรีทฟู้ดมากกว่า 12 ครั้งต่อเดือน มี
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการบริโภคจำนวน 100 – 300 บาทต่อครั้ง และช่วงเวลาของการรับประทานอาหาร
บ่อยที่สุด คือช่วงเย็น และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสตรีทฟู้ด พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อ 3 ตัวแปร คือ ความสะอาด ความถี่ในการบริโภค และความอร่อย ส่วนที่สอง เมื่อ
สัมภาษณ์ผู้ขายสตรีทฟู้ด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ ราคาถูก ความ
อร่อย และร้านมีชื่อเสียงมานาน

สามารถ รักษาชื่อ และชื่อนันต์ สิริเบญจสานนท์ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสม
การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี
ผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภค (2) เปรียบเทียบความแตกต่าง
ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภค (3) ศึกษา
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง
ของผู้บริโภค และ (4) ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคใน
เขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ประชากรได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่อยู่
ในเขตอำเภอเมือง โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ
เพียร์สัน ผลจากการวิจัยพบว่า (1) ระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่า ใน
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ (2) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและรายได้ที่ต่างกันมีระดับตัดสินใจซื้อไม่
แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆ มีระดับการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน (3) ปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยที่ส่งผล

มากที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด และ (4) กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคที่มีผลต่อการซื้อครั้งต่อไปมากที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานออฟฟิศที่มีแหล่งที่ทำงานประจำเป็นหลัก แหล่ง ต้องเดินทางมาทำงานเป็นเวลาทุกวัน โดยทำงานภายในอาคารสำนักงาน ตึก ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหาร (ไม่ใช่ผู้ซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อหรือร้านอาหารขึ้นมารับประทานในสำนักงาน) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหาร (ไม่ใช่ผู้ซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อมารับประทานหรือร้านอาหารขึ้นมารับประทานในสำนักงาน) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหารที่แน่นอน การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้สูตรของคอเครน (Cochran, 1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ $n =$ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$Z =$ ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ เท่ากับ 95%

ดังนั้น Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$e =$ สัดส่วนของค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ เมื่อค่า
ความเชื่อมั่น 95% จะมีค่าความคลาดเคลื่อน = 5% หรือ 0.05
ผลการคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 385 \text{ คน}$$

ผลจากการคำนวณได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 385 คน เป็นอย่างน้อย เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 คน

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกเฉพาะประชากรที่อาศัย ทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเป็นพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหารอย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา โดยจะมีคำถามเพื่อคัดกรอง และเลือกเฉพาะผู้ที่อยู่ในขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกตัวแทนในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 เขต ดังนี้ 1) เขตบางรัก 2) เขตคลองเตย 3) เขตห้วยขวาง 4) เขตบางกอกน้อย 5) เขตสาทร 6) เขตจตุจักร 7) เขตบางเขน และ 8) เขตบางกะปิ โดยทำการเลือกจากเขตที่มีพนักงานออฟฟิศหนาแน่นมากที่สุด (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2565)

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหาร (ไม่ใช่ผู้ซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อมารับประทานหรือร้านอาหารจีนมารับประทานในสำนักงาน) และเก็บข้อมูลจากบุคคลที่ให้ความร่วมมือและสมัครใจให้ข้อมูล จำนวน 400 คน เขตละ 50 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมา โดยศึกษา จากทฤษฎีแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากสร้างแบบสอบถามเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามกับเรื่องที่ทำการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นได้ทำการตรวจสอบความตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟา (Cronbach's Alpha) ค่าที่ได้แสดงถึงระดับความเที่ยงหรือค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งในแบบสอบถามจะต้องได้ค่าอัลฟา (Cronbach's Alpha) ไม่น้อยกว่า 0.70 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ โดยจะทดลองกับตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ก่อนทำการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูล เมื่อคำนวณพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคแสดงดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.846
2. ด้านราคา	0.856
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	0.868
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.886
5. ด้านบุคลากร	0.748
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.860
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.868
ค่าความเชื่อมั่น โดยรวมทั้งฉบับ	0.898

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน วิธีการสั่งอาหาร ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน ขนมหหรือเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย และผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert's Scale ซึ่งผู้ตอบจะเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว เพื่อสรุปความคิดเห็นหรือตอบตามที่ปรากฏตามระดับมาตราวัด โดยมีกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง	ต้องการมากที่สุด
4 คะแนน หมายถึง	ต้องการมาก
3 คะแนน หมายถึง	ต้องการปานกลาง
2 คะแนน หมายถึง	ต้องการน้อย
1 คะแนน หมายถึง	ต้องการน้อยที่สุด

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร และความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหารอย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระบบสืบค้นจากวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ในระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ รวมถึงจากการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และใช้โปรแกรมทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวแปร

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวแปร

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ จากการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ของตัวแปรตามเป็นรายข้อ โดยใช้เกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณจากสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval scale) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว แปลความหมายของคะแนนความคิดเห็น ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความต้องการ	
4.21 – 5.00	หมายถึง	ต้องการมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ต้องการมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ต้องการปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ต้องการน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ต้องการน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้เกณฑ์ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2560)

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ที่มีค่าระหว่าง 0.000 – 0.999 หมายถึงระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ที่มีค่าระหว่าง 1.000 ขึ้นไป หมายถึง ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมาก

ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

ตารางที่ 3.2 สมมติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ t-test
สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.3 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.4 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.5 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนาดที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.6 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 2.7 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มิอิทธิในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน	ค่าสถิติ One Way ANOVA

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

เป็นสถิติที่ใช้ในการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูล จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่ศึกษา ได้แก่

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อ} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	x	หมายถึง	คะแนนของแต่ละคน
	\bar{x}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x$	หมายถึง	ผลรวมของค่าต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนทั้งหมด

3.5.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับค่าเฉลี่ยเลขคณิต แสดงลักษณะการกระจายของคะแนนแต่ละข้อ

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดด้วยกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) กับตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

3.5.2.1 ค่าสถิติ t-test ใช้สำหรับทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Independent sample t-test

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution
	\bar{x}_1, \bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2

3.5.2.2 ค่าสถิติ One Way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และเป็นอิสระต่อกัน หากพบว่ามี ความแตกต่างภายในกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะทดสอบว่าค่าใดมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ด้วยวิธี One-Way ANOVA ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

1. เปลี่ยนสมมติฐานการวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One Way ANOVA คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อย 2 กลุ่มแตกต่างกัน

หรือ $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$ $H_1: \mu_i \neq \mu_j$, เมื่อ $i \neq j; j, j = 1, 2, \dots, k$

3. สมมติฐานที่ใช้ทดสอบ One-way ANOVA

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

ที่มา: พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543)

เมื่อ	k	หมายถึง จำนวนกลุ่ม
	n	หมายถึง ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
	n_j	หมายถึง ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ j
	T_j	หมายถึง ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่ม
	T	หมายถึง ตัวอย่างที่ j ผลรวมของคะแนน
	x_v	หมายถึง คะแนนแต่ละคน

4. การตัดสินใจ เมื่อกำหนดค่านัยสำคัญ $= \alpha$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตาราง $df = (k - 1), (n - k)$ หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p -value มีค่าน้อยกว่า จะปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตาราง $df = (k - 1), (n - k)$ หรือถ้าค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากร k กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตาราง $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้าค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่าค่าเฉลี่ยของประชากร k กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน

5. การเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธี Least-Significant Different (LSD)

ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ F -test ในการวิเคราะห์ One-Way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณ ดังนี้ (ที่มา: กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

5.1) กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

5.2) คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ คือ ค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df = n - k$
 n_i คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ i
 n_j คือ ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ j

5.3) คำนวณหาค่า $|x_i - x_j|$ เมื่อ $ij; i, j = 1, 2, \dots, k$

5.4) การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|x_i - x_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือถ้าค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|x_i - x_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หรือ ถ้าค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยเสนอข้อมูลตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	104	26.00
หญิง	296	74.00
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	103	25.75
31 – 40 ปี	156	39.00
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	141	35.25
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	130	32.50
ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี	270	67.50
รวม	400	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	121	30.25
25,001–35,000 บาท	132	33.00
35,001 บาทขึ้นไป	147	36.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมามีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครแสดงผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ		
ร้านข้าวราดแกง	130	32.50
ร้านอาหารตามสั่ง	78	19.50
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น	70	17.50
ศูนย์อาหาร	60	15.00
ร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวราดหน้า เย็นตาโฟ เป็นต้น	62	15.50
รวม	400	100.00
2. ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน		
ประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน เป็นต้น	114	28.50
ประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น	173	43.25
ประเภทส้มตำหรือยำ	52	13.00
ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	61	15.25
รวม	400	100.00
3. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	209	52.25
101 – 150 บาท	156	39.00
151 บาทขึ้นไป	35	8.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงาน ออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน		
1 – 2 คน	210	52.50
3 – 5 คน	130	32.50
มากกว่า 5 คน	60	15.00
รวม	400	100.00
5. ขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย		
ขนมไทย/ขนมหวาน	156	39.00
ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ขนมขบเคี้ยว	105	26.25
ไม่รับประทานขนม	139	34.75
รวม	400	100.00
6. เครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย		
น้ำเปล่า	130	32.50
ชา/กาแฟ/นม	147	36.75
น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	123	30.75
รวม	400	100.00
7. ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ		
ตนเอง	176	44.00
ครอบครัว/ญาติ	35	8.75
เพื่อนหรือคนรู้จัก	189	47.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครได้ดังต่อไปนี้

ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา คือ ร้านอาหารตามสั่ง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ลำดับต่อมาร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ลำดับต่อมาร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวราดหน้า เย็นตาโฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และสุดท้ายศูนย์อาหาร จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมา คือ ประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน เป็นต้น จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ลำดับต่อมาประเภทของทอดหรือของทานเล่น จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และสุดท้ายประเภทส้มตำหรือยำ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา 101 – 150 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และ 151 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา 3 – 5 คน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และมากกว่า 5 คน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

ขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับประทานขนม จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา รับประทานขนมไทย/ขนมหวาน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และรับประทานขนมเค้ก/เบเกอรี่/ขนมขบเคี้ยว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

เครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดื่มชา/กาแฟ/นม จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา ดื่มน้ำเปล่า จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ เพื่อนหรือคนรู้จัก จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาตนเอง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และครอบครัว/ญาติ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 400 คน

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความต้องการในการใช้บริการ ร้านอาหาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	0.35	มาก	3
2. ด้านราคา	3.96	0.35	มาก	5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	0.33	มาก	6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.37	มาก	7
5. ด้านบุคลากร	3.99	0.35	มาก	2
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.37	0.39	มากที่สุด	1
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.97	0.37	มาก	4
รวม	4.01	0.25	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.37 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.39

ลำดับที่ 2 ด้านบุคลากร พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.99 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.35

ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.98 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.35

ลำดับที่ 4 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.97 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.37

ลำดับที่ 5 ด้านราคา พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.96 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.35

ลำดับที่ 6 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.94 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.33

ลำดับที่ 7 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.85 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.37

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายประเภท	4.06	0.61	มาก	2
2. รสชาติของอาหาร อร่อย ถูกปาก	4.23	0.61	มากที่สุด	1
3. สามารถเลือกส่วนผสมหรือรสชาติตามที่ตนชอบ	3.95	0.66	มาก	3
4. ปริมาณอาหารหนึ่งจานเพียงพอกับความต้องการ	3.85	0.66	มาก	4
5. บริการโดยรวมของร้านอาหารดี	3.83	0.67	มาก	5
รวม	3.98	0.35	มาก	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 รสชาติของอาหาร อร่อย ถูกปาก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.23 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.61

ลำดับที่ 2 รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายประเภท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.06 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.61

ลำดับที่ 3 สามารถเลือกส่วนผสมหรือรสชาติตามที่ตนชอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.95 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.66

ลำดับที่ 4 ปริมาณอาหารหนึ่งจานเพียงพอกับความ ต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.85 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.66

ลำดับที่ 5 บริการโดยรวมของร้านอาหารดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านราคา	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	3.91	0.51	มาก	3
2. ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	4.16	0.78	มาก	1
3. มีป้ายแสดงราคาอาหารอย่างชัดเจน	4.03	0.63	มาก	2
4. มีราคาให้เลือกหลากหลายตามขนาดของจาน	3.84	0.63	มาก	5
5. การชำระค่าบริการ มีหลากหลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต เป็นต้น	3.87	0.64	มาก	4
รวม	3.96	0.35	มาก	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา โดยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.16 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.78

ลำดับที่ 2 มีป้ายแสดงราคาอาหารอย่างชัดเจน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.03 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.63

ลำดับที่ 3 ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.91 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.51

ลำดับที่ 4 การชำระค่าบริการ มีหลากหลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต เป็นต้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.87 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64

ลำดับที่ 5 มีราคาให้เลือกหลากหลายตามขนาดของจาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.84 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.63

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ	3.83	0.48	มาก	3
2. เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.06	0.67	มาก	1
3. สามารถจองที่นั่งหรือโต๊ะได้	3.91	0.51	มาก	2
รวม	3.94	0.33	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.06 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67

ลำดับที่ 2 สามารถจองที่นั่งหรือโต๊ะได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.91 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.51

ลำดับที่ 3 ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.48

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื่อกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาด	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การสร้างเพจบนเฟซบุ๊ก เพื่อแจ้งข่าวสารของร้าน	3.76	0.52	มาก	3
2. มีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบ	3.93	0.73	มาก	1
3. มีการลดราคาหรือเพิ่มปริมาณให้	3.78	0.51	มาก	4
4. พนักงานภายในร้านสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการอาหารได้	3.91	0.55	มาก	2
รวม	3.85	0.37	มาก	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื่อกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.93 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.73

ลำดับที่ 2 มีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.91 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.55

ลำดับที่ 3 มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การสร้างเพจบนเฟซบุ๊ก เพื่อแจ้งข่าวสารของร้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.76 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.52

ลำดับที่ 4 พนักงานภายในร้านสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการอาหารได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.78 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.51

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านบุคลากร	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. พนักงานผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี นอบน้อม มีความ เต็มใจในการให้บริการ	4.30	0.55	มากที่สุด	1
2. พนักงานผู้ให้บริการมีเพียงพต่อการให้บริการ	3.83	0.74	มาก	4
3. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง	3.95	0.51	มาก	2
4. พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	3.89	0.63	มาก	3
รวม	3.99	0.35	มาก	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 พนักงานผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี นอบน้อม มีความเต็มใจในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.30 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.55

ลำดับที่ 2 พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.95 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 3 พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.89 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.63

ลำดับที่ 4 พนักงานผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.74

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมี๊อกกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านกระบวนการให้บริการ	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การบริการมีความรวดเร็ว	4.35	0.60	มากที่สุด	2
2. มีลำดับก่อน-หลังในการเข้ารับบริการไม่เชิงคิว	4.55	0.62	มากที่สุด	1
3. มีกระบวนการชำระเงินถูกต้อง รวดเร็ว	4.22	0.55	มากที่สุด	3
รวม	4.37	0.39	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมี๊อกกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ โดยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีลำดับก่อน-หลังในการเข้ารับบริการไม่เชิงคิว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.55 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.62

ลำดับที่ 2 การบริการมีความรวดเร็วโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.35 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.60

ลำดับที่ 3 มีกระบวนการชำระเงินถูกต้อง รวดเร็ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.22 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.55

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร ด้านลักษณะทางกายภาพ	n=400		ระดับความ ต้องการ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. สภาพแวดล้อมภายในร้านสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย	3.97	0.64	มาก	2
2. มีห้องน้ำที่สะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่บริการ	4.07	0.70	มาก	1
3. มีการจัดที่นั่งเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ	3.95	0.69	มาก	3
4. ภาชนะที่ใช้มีความสะอาด เช่น จาน ช้อนส้อม ตะเกียบ เป็นต้น	3.89	0.52	มาก	4
รวม	3.97	0.37	มาก	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 มีห้องน้ำที่สะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.07 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.70

ลำดับที่ 2 สภาพแวดล้อมภายในร้านสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.97 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.64

ลำดับที่ 3 มีการจัดที่นั่งเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.95 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.69

ลำดับที่ 4 ภาชนะที่ใช้มีความสะอาด เช่น จาน ช้อนส้อม ตะเกียบ เป็นต้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.89 อีกทั้งมีระดับความต้องการ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.52

4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : Independent-Samples t-test

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	เพศ		P-value
	ชาย (n=104)	หญิง (n=296)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	3.93	0.00**
2. ด้านราคา	4.15	3.90	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	3.87	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.93	3.82	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.15	3.94	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.53	4.32	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	3.88	0.00**
โดยรวม	4.18	3.95	0.00**

หมายเหตุ: ** หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน โดยรวม **แตกต่างกัน** ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพศชายและเพศหญิง มีค่าเท่ากับ 4.18 และ 3.95 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ **แตกต่างกัน**

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	อายุ			F	P-value
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี (n=103)	31 – 40 ปี (n=156)	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป (n=141)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	3.79	4.05	56.19	0.00**
2. ด้านราคา	4.25	3.89	3.84	59.37	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	3.83	3.98	13.13	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.06	3.71	3.84	31.39	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.25	3.82	4.00	58.04	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.59	4.28	4.32	22.87	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.24	3.79	3.96	57.72	0.00**
โดยรวม	4.23	3.87	4.00	89.67	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี, อายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มีค่าเท่ากับ 4.23, 3.87 และ 4.00 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	อายุ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.18	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	3.79	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	4.05	3	-	-	-
ด้านราคา	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.25	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	3.89	2	-	-	0.12
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.84	3	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ความต้องการในการ ใช้บริการร้านอาหาร	อายุ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่ม ที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.02	1	-	0.00**	0.35
	31 – 40 ปี	3.83	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.98	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริม การตลาด	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.06	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	3.71	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.84	3	-	-	-
ด้านบุคลากร	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.25	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	3.82	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	4.00	3	-	-	-
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.59	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	4.28	2	-	-	0.37
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	4.32	3	-	-	-
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.24	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	3.79	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.96	3	-	-	-
โดยรวม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.23	1	-	0.00**	0.00**
	31 – 40 ปี	3.87	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	4.00	3	-	-	-

หมายเหตุ: ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมีોકกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมีોકกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีอายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป พนักงานออฟฟิศที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมีોકกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : Independent-Samples t-test

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี t-test

ความต้องการในการใช้บริการ ร้านอาหาร	ระดับการศึกษา		P-value
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=130)	ปริญญาตรี และสูงกว่า ปริญญาตรี (n=270)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.05	3.95	0.01*
2. ด้านราคา	4.10	3.89	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.98	3.91	0.08
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.91	3.81	0.02*
5. ด้านบุคลากร	4.13	3.93	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.49	4.32	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.18	3.87	0.00**
โดยรวม	4.12	3.96	0.00**

หมายเหตุ: * หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี t-test พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน โดยรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาและระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเท่ากับ 4.12 และ 3.96 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่า p-value เท่ากับ 0.01 และ 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด **แตกต่างกัน**

ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ **แตกต่างกัน**

สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			F	P-value
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท (n=121)	25,001–35,000 บาท (n=132)	35,001 บาทขึ้นไป (n=147)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	3.95	3.96	2.17	0.12
2. ด้านราคา	4.11	3.86	3.93	18.29	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.98	4.00	3.84	9.35	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.91	3.72	3.91	12.96	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.12	4.02	3.87	19.83	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.50	4.23	4.39	15.43	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.19	3.83	3.91	38.65	0.00**
โดยรวม	4.12	3.95	3.97	19.74	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท, 25,001–35,000 บาท และ 35,001 บาทขึ้นไป มีค่าเท่ากับ 4.12, 3.95 และ 3.97 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.12 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านราคา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	4.11	1	-	0.00**	0.00**
	25,001–35,000 บาท	3.86	2	-	-	0.11
	35,001 บาทขึ้นไป	3.93	3	-	-	-

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความต้องการในการ ใช้บริการร้านอาหาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	3.98	1	-	0.55	0.00**
	25,001–35,000 บาท	4.00	2	-	-	0.00**
	35,001 บาทขึ้นไป	3.84	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	3.91	1	-	0.00**	0.89
	25,001–35,000 บาท	3.72	2	-	-	0.00**
	35,001 บาทขึ้นไป	3.91	3	-	-	-
ด้านบุคลากร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	4.12	1	-	0.01*	0.00**
	25,001–35,000 บาท	4.02	2	-	-	0.00**
	35,001 บาทขึ้นไป	3.87	3	-	-	-
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	4.50	1	-	0.00**	0.02*
	25,001–35,000 บาท	4.23	2	-	-	0.00**
	35,001 บาทขึ้นไป	4.39	3	-	-	-
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	4.19	1	-	0.00**	0.00**
	25,001–35,000 บาท	3.83	2	-	-	0.05
	35,001 บาทขึ้นไป	3.91	3	-	-	-
โดยรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	4.12	1	-	0.00**	0.00**
	25,001–35,000 บาท	3.95	2	-	-	0.31
	35,001 บาทขึ้นไป	3.97	3	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป และพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท และพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป และพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป และพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

โดยรวม พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ					F	P-value
	ร้านข้าวราดแกง (n=130)	ร้านอาหารตามสั่ง (n=78)	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (n=70)	ศูนย์อาหาร (n=60)	ร้านก๋วยเตี๋ยว (n=62)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	3.83	3.87	4.03	4.10	10.45	0.00**
2. ด้านราคา	4.13	3.87	3.90	3.77	3.98	15.84	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.96	3.93	3.87	3.81	4.09	6.64	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.94	3.73	3.84	3.93	3.72	7.04	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.10	3.89	3.90	3.93	4.06	7.60	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.53	4.15	4.25	4.34	4.48	16.35	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	3.78	4.00	3.85	3.75	38.20	0.00**
โดยรวม	4.14	3.88	3.95	3.95	4.03	18.17	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ โดยวิธี One -

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันโดยรวม **แตกต่างกัน** ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง, ร้านอาหารตามสั่ง, ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น, ศูนย์อาหาร และร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวดำหัว เย็นตาโฟ มีค่าเท่ากับ 4.14, 3.88, 3.95, 3.95 และ 4.03 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ **แตกต่างกัน**

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่				
				1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์	ร้านข้าวราดแกง	4.06	1	-	0.00**	0.00**	0.50	0.49
	ร้านอาหารตามสั่ง	3.83	2	-	-	0.43	0.00**	0.00**
	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	3.87	3	-	-	-	0.01*	0.00**
	ศูนย์อาหาร	4.03	4	-	-	-	-	0.24
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	4.10	5	-	-	-	-	-
ด้านราคา	ร้านข้าวราดแกง	4.13	1	-	0.00**	0.00**	0.00**	0.00**
	ร้านอาหารตามสั่ง	3.87	2	-	-	0.67	0.07	0.05
	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	3.90	3	-	-	-	0.03*	0.13
	ศูนย์อาหาร	3.77	4	-	-	-	-	0.00**
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	3.98	5	-	-	-	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ร้านข้าวราดแกง	3.96	1	-	0.56	0.07	0.00**	0.01*
	ร้านอาหารตามสั่ง	3.93	2	-	-	0.26	0.02*	0.01*
	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	3.87	3	-	-	-	0.25	0.00**
	ศูนย์อาหาร	3.81	4	-	-	-	-	0.00**
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	4.09	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่				
				1	2	3	4	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ร้านข้าวราดแกง	3.94	1	-	0.00**	0.06	0.00**	0.83
	ร้านอาหารตามสั่ง	3.73	2	-	-	0.06	0.00**	0.83
	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	3.84	3	-	-	-	0.19	0.05*
	ศูนย์อาหาร	3.93	4	-	-	-	-	0.00**
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	3.72	5	-	-	-	-	-
ด้านบุคลากร	ร้านข้าวราดแกง	4.10	1	-	0.00**	0.00**	0.00**	0.48
	ร้านอาหารตามสั่ง	3.89	2	-	-	0.82	0.56	0.00**
	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	3.90	3	-	-	-	0.72	0.01*
	ศูนย์อาหาร	3.93	4	-	-	-	-	0.02*
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	4.06	5	-	-	-	-	-
ด้านกระบวนการให้บริการ	ร้านข้าวราดแกง	4.53	1	-	0.00**	0.00**	0.00**	0.41
	ร้านอาหารตามสั่ง	4.15	2	-	-	0.10	0.00**	0.00**
	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	4.25	3	-	-	-	0.18	0.00**
	ศูนย์อาหาร	4.34	4	-	-	-	-	0.03*
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	4.48	5	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความต้องการ ในการใช้ บริการ ร้านอาหาร	ประเภท ร้านอาหารที่ เลือกใช้บริการ	ค่า เฉลี่ย	กลุ่ม ที่	กลุ่มที่				
				1	2	3	4	5
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ร้านข้าวราดแกง	4.23	1	-	0.00**	0.00**	0.00**	0.00**
	ร้านอาหารตามสั่ง	3.78	2	-	-	0.00**	0.17	0.59
	ร้านอาหารฟาสต์ ฟู้ด	4.00	3	-	-	-	0.01*	0.00**
	ศูนย์อาหาร	3.85	4	-	-	-	-	0.07
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	3.75	5	-	-	-	-	-
โดยรวม	ร้านข้าวราดแกง	4.14	1	-	0.00**	0.00**	0.00**	0.00**
	ร้านอาหารตาม สั่ง	3.88	2	-	-	0.09	0.10	0.00**
	ร้านอาหารฟาสต์ ฟู้ด	3.95	3	-	-	-	0.96	0.05
	ศูนย์อาหาร	3.95	4	-	-	-	-	0.07
	ร้านก๋วยเตี๋ยว	4.03	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง และร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่งมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการศูนย์อาหาร และร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวดำน้ำ เย็นตาโฟ เป็นต้น พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้นมีระดับความต้องการ

ร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้นมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการ ศูนย์อาหาร และร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวลดหน้ำ เย็นตาโฟ เป็นต้น

โดยรวม พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น ศูนย์อาหาร และร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวลดหน้ำ เย็นตาโฟ เป็นต้น พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่งมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการ ร้านก๋วยเตี๋ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวลดหน้ำ เย็นตาโฟ เป็นต้น

สมมติฐานที่ 2.2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน				F	P-value
	ประเภทเส้น (n=114)	ประเภทข้าว (n=173)	ประเภทส้มตำหรือยำ (n=52)	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น (n=61)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	3.93	3.90	3.91	12.21	0.00**
2. ด้านราคา	4.23	3.85	3.87	3.85	40.05	0.00**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน				F	P-value
	ประเภทเส้น (n=114)	ประเภทข้าว (n=173)	ประเภทสั้มน้ำหรือยำ (n=52)	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น (n=61)		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04	3.87	3.94	3.90	6.57	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.03	3.74	3.79	3.86	17.02	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.20	3.86	4.12	3.89	32.64	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.57	4.30	4.40	4.19	17.44	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.10	3.95	3.63	4.07	25.26	0.00**
โดยรวม	4.19	3.63	3.95	3.95	35.18	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เลือกรับประทานอาหารประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมหุ้น เป็นต้น, ประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น, ประเภทสั้มน้ำหรือยำ และประเภทของทอดหรือของทานเล่น มีค่าเท่ากับ 4.19, 3.63, 3.95 และ 3.95 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของ บริษัท อีทีเอส จำกัด เมื่ออยู่ใต้เงื่อนไขของระบบอัตโนมัติการคำนวณว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่			
				1	2	3	4
ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทเส้น	4.14	1	-	0.00**	0.00**	0.00**
	ประเภทข้าว	3.93	2	-	-	0.59	0.68
	ประเภทส้มตำหรือยำ	3.90	3	-	-	-	0.90
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	3.91	4	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่			
				1	2	3	4
ด้านราคา	ประเภทเส้น	4.23	1	-	0.00**	0.00**	0.00**
	ประเภทข้าว	3.85	2	-	-	0.74	0.99
	ประเภทส้มตำหรือยำ	3.87	3	-	-	-	0.77
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	3.85	4	-	-	-	-
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ประเภทเส้น	4.04	1	-	0.00**	0.06	0.01*
	ประเภทข้าว	3.87	2	-	-	0.18	0.55
	ประเภทส้มตำหรือยำ	3.94	3	-	-	-	0.51
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	3.90	4	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทเส้น	4.03	1	-	0.00**	0.00**	0.00**
	ประเภทข้าว	3.74	2	-	-	0.30	0.02*
	ประเภทส้มตำหรือยำ	3.79	3	-	-	-	0.34
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	3.86	4	-	-	-	-
ด้านบุคลากร	ประเภทเส้น	4.20	1	-	0.00**	0.12	0.00**
	ประเภทข้าว	3.86	2	-	-	0.00**	0.47
	ประเภทส้มตำหรือยำ	4.12	3	-	-	-	0.00**
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	3.89	4	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่			
				1	2	3	4
ด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทเส้น	4.57	1	-	0.00**	0.01*	0.00**
	ประเภทข้าว	4.30	2	-	-	0.10	0.05*
	ประเภทส้มตำหรือยำ	4.40	3	-	-	-	0.00**
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	4.19	4	-	-	-	-
ด้านด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทเส้น	4.10	1	-	0.00**	0.00**	0.54
	ประเภทข้าว	3.95	2	-	-	0.00**	0.02*
	ประเภทส้มตำหรือยำ	3.63	3	-	-	-	0.00**
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	4.07	4	-	-	-	-
โดยรวม	ประเภทเส้น	4.19	1	-	0.00**	0.00**	0.00**
	ประเภทข้าว	3.93	2	-	-	0.54	0.46
	ประเภทส้มตำหรือยำ	3.95	3	-	-	-	0.94
	ประเภทของทอดหรือของทานเล่น	3.95	4	-	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน เป็นต้น มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เล่น พนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทของทอดหรือของทานเล่น และพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทส้มตำหรือยำ มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทของทอดหรือของทานเล่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมหุ้น เป็นต้น มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น และประเภทส้มตำหรือยำ พนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทประเภทส้มตำหรือยำ แต่น้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทของทอดหรือของทานเล่น และพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทส้มตำหรือยำ มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทของทอดหรือของทานเล่น

โดยรวม พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมหุ้น เป็นต้น มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น ประเภทส้มตำหรือยำ และประเภทของทอดหรือของทานเล่น

สมมติฐานที่ 2.3 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อกลางวันแตกต่างกันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง			F	P-value
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท (n=209)	101 – 150 บาท (n=156)	151 บาทขึ้นไป (n=35)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.89	4.04	4.24	20.49	0.00**
2. ด้านราคา	3.92	3.98	4.14	6.23	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.90	3.98	3.90	2.68	0.07
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.75	3.93	4.06	18.73	0.00**
5. ด้านบุคลากร	3.99	3.99	4.05	0.50	0.61
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.33	4.35	4.75	19.62	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.03	3.90	3.93	5.18	0.01*
โดยรวม	3.97	4.02	4.15	8.75	0.00**

หมายเหตุ: *หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน โดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท, 101 – 150 บาท และ 151 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บาท และ 151 บาทขึ้นไป มีค่าเท่ากับ 3.97, 4.02 และ 4.15 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านลักษณะทางกายภาพ **แตกต่างกัน**

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ **แตกต่างกัน**

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร มีค่า p-value เท่ากับ 0.07 และ 0.61 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร **ไม่แตกต่างกัน**

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	3.89	1	-	0.00**	0.00**
	101 – 150 บาท	4.04	2	-	-	0.00**
	151 บาทขึ้นไป	4.24	3	-	-	-
ด้านราคา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	3.92	1	-	0.14	0.00**
	101 – 150 บาท	3.98	2	-	-	0.01*
	151 บาทขึ้นไป	4.14	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	3.75	1	-	0.00**	0.00**
	101 – 150 บาท	3.93	2	-	-	0.06
	151 บาทขึ้นไป	4.06	3	-	-	-
ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	4.33	1	-	0.53	0.00**
	101 – 150 บาท	4.35	2	-	-	0.00**
	151 บาทขึ้นไป	4.75	3	-	-	-
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	4.03	1	-	0.00**	0.15
	101 – 150 บาท	3.90	2	-	-	0.72
	151 บาทขึ้นไป	3.93	3	-	-	-
โดยรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	3.97	1	-	0.05*	0.00**
	101 – 150 บาท	4.02	2	-	-	0.00**
	151 บาทขึ้นไป	4.15	3	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 151 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2.4 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน			F	P-value
	1 – 2 คน (n=210)	3 – 5 คน (n=130)	มากกว่า 5 คน (n=60)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.85	4.04	4.31	54.96	0.00**
2. ด้านราคา	3.83	4.08	4.17	37.46	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.84	4.02	4.09	22.38	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.72	4.08	3.78	49.81	0.00**
5. ด้านบุคลากร	3.97	3.97	4.14	6.08	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.38	4.29	4.53	7.79	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.99	4.03	3.78	9.80	0.00**
โดยรวม	3.94	4.07	4.11	19.54	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน, 3 – 5 คน และ มากกว่า 5 คน มีค่าเท่ากับ 3.94, 4.07 และ 4.11 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการ ใช้บริการร้านอาหาร	จำนวนบุคคลที่ใช้ บริการร่วมกัน	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	1 – 2 คน	3.85	1	-	0.00**	0.00**
	3 – 5 คน	4.04	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 5 คน	4.31	3	-	-	-
ด้านราคา	1 – 2 คน	3.83	1	-	0.00**	0.00**
	3 – 5 คน	4.08	2	-	-	0.09
	มากกว่า 5 คน	4.17	3	-	-	-
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	1 – 2 คน	3.84	1	-	0.00**	0.00**
	3 – 5 คน	4.02	2	-	-	0.18
	มากกว่า 5 คน	4.09	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1 – 2 คน	3.72	1	-	0.00**	0.18
	3 – 5 คน	4.08	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 5 คน	3.78	3	-	-	-
ด้านบุคลากร	1 – 2 คน	3.97	1	-	0.96	0.00**
	3 – 5 คน	3.97	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 5 คน	4.14	3	-	-	-
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	1 – 2 คน	4.38	1	-	0.04*	0.00**
	3 – 5 คน	4.29	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 5 คน	4.53	3	-	-	-
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	1 – 2 คน	3.99	1	-	0.30	0.00**
	3 – 5 คน	4.03	2	-	-	0.00**
	มากกว่า 5 คน	3.78	3	-	-	-
โดยรวม	1 – 2 คน	3.94	1	-	0.00**	0.00**
	3 – 5 คน	4.07	2	-	-	0.27
	มากกว่า 5 คน	4.11	3	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกันมากกว่า 5 คน

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน มากกว่า 5 คน และพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 3 – 5 คน มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกันมากกว่า 5 คน

โดยรวม พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 3 – 5 คน และมากกว่า 5 คน

สมมติฐานที่ 2.5 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย			F	P-value
	ขนมไทย/ ขนมหวาน (n=156)	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว (n=105)	ไม่รับประทาน ขนม (n=139)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	3.91	3.90	16.06	0.00**
2. ด้านราคา	4.10	3.95	3.82	27.16	0.00**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย			F	P-value
	ขนมไทย/ ขนมหวาน (n=156)	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว (n=105)	ไม่รับประทาน ขนม (n=139)		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.01	3.95	3.84	10.57	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.96	3.96	3.64	40.14	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.02	3.98	3.97	0.96	0.39
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.47	4.33	4.29	8.03	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.04	4.00	3.88	7.36	0.00**
โดยรวม	4.10	4.01	3.91	25.04	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน โดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานขนมไทย/ขนมหวาน, ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ขนมขบเคี้ยว และไม่รับประทานขนม มีค่าเท่ากับ 4.10, 4.01 และ 3.91 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทาน ในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้าน ผลិតภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ **แตกต่างกัน**

ด้านบุคลากร มีค่า p-value เท่ากับ 0.39 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ใน เขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้ บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านบุคลากร **ไม่แตกต่างกัน**

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวัน ด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน ลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้ การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้ บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีขนมที่รับประทานในมือ กลางวันด้วยแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการใน การใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพ มหานคร จำแนกตามขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการ ใช้บริการร้านอาหาร	ขนมที่รับประทานใน มือกลางวันด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	ขนมไทย/ขนมหวาน	4.10	1	-	0.00**	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	3.91	2	-	-	0.75
	ไม่รับประทานขนม	3.90	3	-	-	-
ด้านราคา	ขนมไทย/ขนมหวาน	4.10	1	-	0.00**	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	3.95	2	-	-	0.00**
	ไม่รับประทานขนม	3.82	3	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ความต้องการในการ ใช้บริการร้านอาหาร	ขนมที่รับประทานใน มือกลางวันด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ขนมไทย/ขนมหวาน	4.01	1	-	0.10	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	3.95	2	-	-	0.01*
	ไม่รับประทานขนม	3.84	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ขนมไทย/ขนมหวาน	3.96	1	-	0.92	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	3.96	2	-	-	0.00**
	ไม่รับประทานขนม	3.64	3	-	-	-
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ขนมไทย/ขนมหวาน	4.47	1	-	0.01*	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	4.33	2	-	-	0.44
	ไม่รับประทานขนม	4.29	3	-	-	-
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ขนมไทย/ขนมหวาน	4.04	1	-	0.42	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	4.00	2	-	-	0.01*
	ไม่รับประทานขนม	3.88	3	-	-	-
โดยรวม	ขนมไทย/ขนมหวาน	4.10	1	-	0.00**	0.00**
	ขนมเค้ก/เบเกอรี่/ ขนมขบเคี้ยว	4.01	2	-	-	0.00**
	ไม่รับประทานขนม	3.91	3	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

สมมติฐานที่ 2.6 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมือกลางวันด้วย โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	เครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมือกลางวันด้วย			F	P-value
	น้ำเปล่า (n=130)	ชา/กาแฟ/นม (n=147)	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม (n=123)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	3.93	3.92	12.51	0.00**
2. ด้านราคา	4.16	3.91	3.82	37.59	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05	3.90	3.85	12.87	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.91	3.99	3.61	47.24	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.15	4.00	3.82	32.64	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.40	4.39	4.31	1.95	0.14
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.16	3.97	3.77	43.19	0.00**
โดยรวม	4.13	4.01	3.87	42.66	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยโดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันโดยรวม **แตกต่างกัน** ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่ดื่มน้ำเปล่า, ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม มีค่าเท่ากับ 4.13, 4.01 และ 3.87 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ **แตกต่างกัน**

ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า p-value เท่ากับ 0.14 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านบุคลากร **ไม่แตกต่างกัน**

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	เครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	น้ำเปล่า	4.10	1	-	0.00**	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	3.93	2	-	-	0.82
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.92	3	-	-	-
ด้านราคา	น้ำเปล่า	4.16	1	-	0.00**	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	3.91	2	-	-	0.03*
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.82	3	-	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	น้ำเปล่า	4.05	1	-	0.00**	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	3.90	2	-	-	0.17
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.85	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	น้ำเปล่า	3.91	1	-	0.06	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	3.99	2	-	-	0.00**
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.61	3	-	-	-
ด้านบุคลากร	น้ำเปล่า	4.15	1	-	0.00**	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	4.00	2	-	-	0.00**
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.82	3	-	-	-
ด้านลักษณะทางกายภาพ	น้ำเปล่า	4.16	1	-	0.00**	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	3.97	2	-	-	0.00**
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.77	3	-	-	-
โดยรวม	น้ำเปล่า	4.13	1	-	0.00**	0.00**
	ชา/กาแฟ/นม	4.01	2	-	-	0.00**
	น้ำผลไม้/น้ำอัดลม	3.87	3	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

ด้านราคา พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม และพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นมมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม และพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นมมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม และพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นมมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม และพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นมมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

โดยรวม พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นม และดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม และพนักงานออฟฟิศที่ดื่มชา/กาแฟ/นมมีระดับความต้องการในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม

สมมติฐานที่ 2.7 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ : One - Way ANOVA

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ โดยวิธี One - Way ANOVA

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ			F	P-value
	ตนเอง (n=176)	ครอบครัว/ ญาติ (n=35)	เพื่อนหรือคน รู้จัก (n=189)		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	3.79	3.90	25.32	0.00**
2. ด้านราคา	4.18	3.81	3.79	85.60	0.00**
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	3.84	3.86	15.02	0.00**
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.03	3.89	3.67	53.65	0.00**
5. ด้านบุคลากร	4.07	4.01	3.92	9.23	0.00**
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.53	4.25	4.25	30.19	0.00**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.13	3.94	3.83	33.94	0.00**
โดยรวม	4.15	3.93	3.89	74.79	0.00**

หมายเหตุ: **หมายถึงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ โดยวิธี One - Way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันโดยรวม แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ คือ ตนเอง, ครอบครัว/ญาติ และ เพื่อน หรือคนรู้จัก มีค่าเท่ากับ 4.15, 3.93 และ 3.89 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า p-value เท่ากับ 0.00 ทุกด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

เนื่องจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวม ระหว่างพนักงานออฟฟิศที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมี๊อกกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร	ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มที่	กลุ่มที่		
				1	2	3
ด้านผลิตภัณฑ์	ตนเอง	4.11	1	-	0.00**	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	3.79	2	-	-	0.08
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.90	3	-	-	-
ด้านราคา	ตนเอง	4.18	1	-	0.00**	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	3.81	2	-	-	0.76
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.79	3	-	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ตนเอง	4.03	1	-	0.00**	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	3.84	2	-	-	0.70
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.86	3	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ตนเอง	4.03	1	-	0.02*	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	3.89	2	-	-	0.00**
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.67	3	-	-	-
ด้านบุคลากร	ตนเอง	4.07	1	-	0.31	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	4.01	2	-	-	0.16
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.92	3	-	-	-
ด้านกระบวนการให้บริการ	ตนเอง	4.53	1	-	0.00**	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	4.25	2	-	-	0.97
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	4.25	3	-	-	-
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตนเอง	4.13	1	-	0.00**	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	3.94	2	-	-	0.07
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.83	3	-	-	-
โดยรวม	ตนเอง	4.15	1	-	0.00**	0.00**
	ครอบครัว/ญาติ	3.93	2	-	-	0.26
	เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.89	3	-	-	-

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย เรื่อง ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยระยะเวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในช่วงระหว่างเดือนเมษายน ถึง เดือนสิงหาคม 2566 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่รับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหาร (ไม่ใช่ผู้ซื้ออาหารจากร้านสะดวกซื้อมารับประทาน) จำนวน 400 คน สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษานี้ คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สามารถสรุปผลการศึกษานี้ ดังนี้

5.1 การสรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 400 คน พบว่า พนักงานออฟฟิศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท บุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน ส่วนใหญ่ไม่รับประทานขนม ดื่มชา/กาแฟ/นม ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ เพื่อนหรือคนรู้จัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 และมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.25 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเท่ากับ 4.37 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.39 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวัน ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีลำดับก่อน-หลังในการเข้ารับบริการไม่แซงคิว มีค่าเท่ากับ 4.55 การบริการมีความรวดเร็ว มีค่าเท่ากับ 4.35 และมีกระบวนการชำระเงินถูกต้องรวดเร็ว ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.22

ลำดับที่ 2 ด้านบุคลากร พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.99 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.35 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการมีทัศนคติ นอบน้อม มีความเต็มใจในการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 4.30 พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง มีค่าเท่ากับ 3.95 พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย มีค่าเท่ากับ 3.89 และพนักงานผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อการให้บริการมีค่าเท่ากับ 3.83

ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.98 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.35 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติของอาหาร อร่อย ถูกปาก มีค่าเท่ากับ 4.23 รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายประเภท มีค่าเท่ากับ 4.06 สามารถเลือกส่วนผสมหรือรสชาติตามที่ตนชอบ มีค่าเท่ากับ 3.95 ปริมาณอาหารหนึ่งจานเพียงพอกับความต้องการ มีค่าเท่ากับ 3.85 และบริการโดยรวมของร้านอาหารดี มีค่าเท่ากับ 3.83

ลำดับที่ 4 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.97 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.37 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีห้องน้ำที่สะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่บริการ มีค่าเท่ากับ 4.07 สภาพแวดล้อมภายในร้านสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่า

เท่ากับ 3.97 มีการจัดที่นั่งเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 3.95 และภาษาขณะที่ใช้มีความสะอาด เช่น จาน ช้อนส้อม ตะเกียบ เป็นต้น มีค่าเท่ากับ 3.89

ลำดับที่ 5 ด้านราคา พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.96 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.35 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านราคา ได้แก่ ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น มีค่าเท่ากับ 4.16 มีป้ายแสดงราคาอาหารอย่างชัดเจน มีค่าเท่ากับ 4.03 ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเท่ากับ 3.91 การชำระค่าบริการ มีหลากหลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต เป็นต้น มีค่าเท่ากับ 3.87 และมีราคาให้เลือกราคาหลายตามขนาดของจาน มีค่าเท่ากับ 3.84

ลำดับที่ 6 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.94 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.33 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ เวลาเปิด-ปิดของร้าน สะดวกต่อการใช้บริการมีค่าเท่ากับ 4.06 สามารถจองที่นั่งหรือโต๊ะได้ มีค่าเท่ากับ 3.91 และที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 3.83

ลำดับที่ 7 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.85 อีกทั้งมีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาได้จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.37 โดยผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบ มีค่าเท่ากับ 3.93 มีการทำเมนูรายการอาหารและมีภาพประกอบมีค่าเท่ากับ 3.91 มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การสร้างเพจบนเฟซบุ๊ก เพื่อแจ้งข่าวสารของร้านมีค่าเท่ากับ 3.76 และพนักงานภายในร้านสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการอาหารได้ มีค่าเท่ากับ 3.78

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความต้องการในการใช้บริการ ร้านอาหาร	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน
1. ด้านผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✗
2. ด้านราคา	✓	✓	✓	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓	✗	✓
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	✓	✓	✓	✓
5. ด้านบุคลากร	✓	✓	✓	✓
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	✓	✓	✓	✓
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓	✓	✓	✓
โดยรวม	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ = แยกต่าง

เครื่องหมาย ✗ = ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ

โดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกัน

ตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความต้องการในการใช้บริการ	พฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ						
	ประเภทร้านอาหาร	ประเภทของอาหาร	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน	ขนมที่รับประทาน	เครื่องดื่มที่รับประทาน	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ด้านราคา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓	x	✓	✓	✓	✓
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ความต้องการในการใช้บริการ	พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ						
	ประเภทร้านอาหาร	ประเภทของอาหาร	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน	ขนมที่รับประทาน	เครื่องดื่มที่รับประทาน	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
5. ด้านบุคลากร	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
โดยรวม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ = แยกต่าง

เครื่องหมาย ✗ = ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วยแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง เนื่องจากรูปแบบการทำงานของพนักงานออฟฟิศในกรุงเทพมหานครมีความเร่งรีบ ทำให้มีเวลาในการรับประทานอาหารมือกลางวันน้อย อีกทั้งร้านอาหารข้าวราดแกงยังมีเมนูอาหารที่หลากหลายให้เลือกมากมาย อีกทั้งเป็นอาหารจานเดียวที่หารับประทานได้ง่าย สะดวก รวดเร็วไม่เสียเวลาในการปรุง อร่อยและไม่แพงสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ พานูช (2564) ได้ทำการศึกษารูปแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ในการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายหลังสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารที่ร้านข้าวราดแกงเนื่องจากหาซื้อได้อย่างสะดวก ประกอบมีราคาที่ไม่แพงเกินไป มีปริมาณที่เหมาะสม และมีประเภทของอาหารให้เลือกได้อย่างหลากหลาย

ประเภทของอาหารที่เลือกรับประทาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น เนื่องจากพฤติกรรมการรับประทานอาหารประเภทข้าวเป็นวิถีประจำวันของคนไทย อีกทั้งการรับประทานอาหารประเภทข้าวยังทำให้ได้รับพลังงานเพียงพอที่จะนำไปใช้ทำกิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับ

งานวิจัยของปิ่นทิวา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารประเภทอาหารตามสั่ง อาหารจานเดียวมากที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท เนื่องจากพนักงานออฟฟิศส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายจ่ายมาก ทำให้ต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินเพื่อให้เพียงพอกับรายได้ของตนเองจึงการซื้ออาหารมารับประทานในราคาถูก สอดคล้องกับการวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าอาหารในการรับประทานเฉลี่ย 70 บาทต่อครั้ง

จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน เนื่องจากในช่วงเวลาที่พนักงานออฟฟิศมารับประทานมื้อเที่ยงนั้นเป็นช่วงพักกลางวันจากการทำงานจึงมักมารับประทานอาหารร่วมกันเพื่อน ที่ทำงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ พานูช (2564) ได้ทำการศึกษารูปแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ในการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายหลังสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีการซื้ออาหารไปรับประทานเองคนเดียว

ขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รับประทานขนม เนื่องจากในช่วงเวลาที่รับประทานอาหารมือกลางวันเป็นช่วงเวลาที่พักเที่ยงทำให้ไม่มีเวลาในการรับประทานขนม ส่วนใหญ่จึงไม่ได้ซื้อขนมมารับประทานพร้อมกับอาหารหรืออาจรอกินขนมในช่วงบ่ายหรือหากกินขนมด้วยอาจทำให้อิ่มมากเกินไปจนง่วงนอน ซึ่งสอดคล้องกับวิธิตรา สุกุมลจันทร์ (2565) ที่กล่าวว่า ในช่วงเวลาพักเที่ยงเป็นช่วงเวลาที่มีความหนาแน่นของผู้คนในการมาใช้บริการร้านอาหารจำนวนมาก จึงมักจะเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายได้ประโยชน์ครบมากกว่า

เครื่องดื่มที่รับประทานในมือกลางวันด้วย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดื่มชา/กาแฟ/นม เนื่องจากเครื่องดื่มประเภทชา/กาแฟ/นม เป็นเครื่องดื่มประเภทที่ทำให้พนักงานออฟฟิศรู้สึกผ่อนคลาย อีกทั้งมีรสชาติหวานช่วยให้สดชื่น จึงทำให้พนักงานออฟฟิศดื่มเครื่องดื่มประเภทนี้กันมาก ขัดแย้งกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ พานูช (2564) ได้ทำการศึกษารูปแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ในการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายหลังสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อน้ำเปล่าไปพร้อมกับอาหารของตนเอง

ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือเพื่อนหรือคนรู้จัก เนื่องจากพนักงานออฟฟิศจะมารับประทานอาหารมือเที่ยงพร้อมกันกับเพื่อนร่วมงานจึงมักมีการตัดสินใจซื้อที่คล้อยตามกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งขัดแย้งกับการวิจัยของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง คือ ผู้บริโภคเอง

5.2.2 ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า มีระดับความต้องการสูงสุด มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีลำดับก่อน-หลังในการเข้ารับบริการ ไม่แซงคิว เนื่องจากช่วงเวลามือกลางวันเป็นช่วงที่พนักงานออฟฟิศมีเวลาที่จำกัด ประกอบกับมีจำนวนผู้มาใช้บริการค่อนข้างหนาแน่น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการภายในร้าน จะต้องบริการด้วยความรวดเร็ว มีการจัดลำดับคิวก่อนหลัง สอดคล้องกับการวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง ด้านกระบวนการให้บริการรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ด้านบุคลากร พบว่า มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี นอบน้อม มีความเต็มใจในการให้บริการ เนื่องจากพนักงานออฟฟิศมีความเหนื่อยล้ามาจากการทำงาน ทำให้มีความเครียด จึงต้องการรับบริการที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรมีการยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายพูดคุย เพื่อให้เกิดความเป็นกันเอง เพื่อสร้างฐานลูกค้าเก่าและใหม่ สอดคล้องกับการวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง ด้านบุคลากรภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติของอาหาร อร่อย ถูกปาก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีกำลังซื้อพอสมควรที่จะหาอาหารอร่อยให้เป็นความสำราญใจของตน ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรพัฒนารสชาติของอาหารให้อร่อยอยู่เสมอ มีการใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ มีคุณภาพ มีการอุ่นอาหารร้อนตลอดเวลาจะทำให้อาหารอร่อยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังควรมีการออกแบบเมนูอาหารให้มีความหลากหลาย เช่น อาหารเผ็ด อาหารไม่เผ็ด อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเจ อาหารลดน้ำหนัก ขอมเป็นทางเลือกและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ให้กับร้านอาหารให้มากขึ้นอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใช้เห็นใบเซอร์เวอแรงนี้ในการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สอดคล้องกับการวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีห้องน้ำที่สะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่บริการ เนื่องจากช่วงที่ผ่านมาเกิดการระบาดของโควิด 19 จึงมีการรณรงค์ให้ล้างมือบ่อย ๆ เพื่อป้องกันเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับดูแลสุขภาพอนามัยส่วนบุคคล ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรมีอ่างล้างมือพร้อมสบู่และกระดาษเช็ดมือให้บริการด้วย สอดคล้องกับการวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกรับประทานร้านอาหารริมทาง ด้านลักษณะทางกายภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ด้านราคา พบว่า มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารที่พนักงานออฟฟิศเลือกไปรับประทานมากที่สุด คือ ร้านข้าวราดแกง เนื่องจากมีราคาที่ไม่สูง และยังรู้ถึงความคุ้มค่าของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของอาหารอีกทั้งยังมีราคาที่ถูกลงกว่าเทียบกับร้านอาหารประเภทอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรตั้งราคาอาหารให้เหมาะสมกับรสชาติ ประเภทอาหาร ปริมาณอาหารของตนเองให้สอดคล้องกัน และให้มีความเหมาะสมดังที่ผู้บริโภคต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของรจิต คงหาญ และอนุชิต แสงอ่อน (2561) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจร้านอาหารริมทางสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานออฟฟิศที่มีเวลาในการรับประทานอาหารไม่มาก เวลาพักเที่ยงเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ในทางตรงกันข้ามบางบริษัทให้พนักงานผลัดกันออกไปรับประทานอาหารไม่ได้ไปตอนเที่ยงทุกคน ร้านที่มีอาหารขายเพียงพอถึงช่วงบ่ายโมงจะตอบใจกับผู้บริโภคในกลุ่มนี้ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรพิจารณาเปิดร้านให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานของพนักงานออฟฟิศ เพื่อรองรับการมาใช้บริการในช่วงเวลาพักเที่ยงได้ หรือช่วงเวลาที่สำนักงานเบี่ยงเวลาการพักเที่ยงด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของรจิต คงหาญ และอนุชิต แสงอ่อน (2561) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจร้านอาหารริมทางสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบทำให้อาหารดูน่ารับประทาน และคาดเดาได้ว่าอาหารที่สั่งจะออกมาหน้าตาอย่างไร เนื่องจากการจัดทำเมนูรายการอาหารจะช่วยในการกระตุ้นให้ลูกค้าสั่งอาหารเพิ่มขึ้น และทำให้ร้านได้กำไรมากขึ้นด้วย หากผู้ประกอบการมีการวางแผนในการจัดทำเมนูอาหารจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการสั่งอาหารที่ทำกำไรให้กับร้านได้มากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรมีการจัดทำเมนูอาหาร โดยเมนูอาหารนั้นควรมีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ทำอาหารได้เหมือนในภาพอีกทั้งมีภาพราคา สี สีสันน่าสนใจ มีการบรรยายประกอบให้ลูกค้าติดตาม ซึ่งเมนูอาหารที่ดีนั้นจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกได้ง่าย รวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญ์ ไซสุรินทร์ และคาริณี ตันทวิเชฐ (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ถนนสายนิมมานเหมินท์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวในเขตพื้นที่ถนน สายนิมมานเหมินท์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

5.2.3 ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน โดยพบว่าเพศชายมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันมากกว่าเพศหญิงทุก ๆ ด้าน เนื่องมาจากความแตกต่างทางสรีระทำให้เพศชายมีความต้องการพลังงานจากอาหารมากกว่าเพศหญิง ขัดแย้งกับงานวิจัยของอรกนก ปัญญาเลิศ และ สายพิน บันทอง (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารตามสั่งในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง พบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารตามสั่งในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่ไม่แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน โดยด้านราคา พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีอายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความต้องการในการใช้

บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีอายุ 31 –

40 ปี เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ถือเป็นกลุ่มวัยทำงานตอนต้น คือ เพิ่งสำเร็จการศึกษาและเปลี่ยนมาใช้วิถีชีวิตการทำงาน เริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง ชื่นชอบความรวดเร็ว สะดวกสบาย อาหารอร่อย ต่างจากกลุ่มที่มีอายุมากขึ้นที่ต้องระวังสุขภาพไม่รับประทานอาหารที่มีไขมันสูงเกินไป สอดคล้องกับงานวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวง กรุงเทพมหานคร พบว่า อายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารริมทางแตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีทุกด้าน เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมักจะไม่มีความคิดไม่ซับซ้อนเน้นความสะดวกรวดเร็วในการรับประทานมากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอาจต้องการอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งอาจไม่ใช่ร้านอาหารกลางวันธรรมดา เช่น กั๊ตตาเคสแอนด์ฟิชที่มีราคาสูงจะมีเมนูข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ปลาแซลมอน สลัดผักต่างๆที่ดีต่อสุขภาพมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของสามารถ รักษาชื่อ และชัยอนันต์ สิริเบญจสานนท์ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน โดยพบว่า ด้านราคา พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท ถือเป็นช่วงรายได้ที่ยังไม่สูงมากนักจึงต้องมีการบริหารจัดการรายได้ที่มีอยู่ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนจึงให้ความสำคัญกับราคาสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของปิณฑิรา นาคนุช และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารริมทางแตกต่างกัน

5.2.4 ระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน โดยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกง มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง และร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมค โดนัลด์ KFC เป็นต้น เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่เลือกใช้บริการร้านข้าวราดแกงมักจะต้องการใช้บริการร้านที่ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งร้านข้าวราดแกงยังมีอาหารไว้ให้เลือกหลากหลายประเภท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูมิ พบสุวรรณ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกร้านในการใช้บริการต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทของอาหารที่เลือกรับประทานแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน โดยด้านบุคลากร พบว่า พนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหารประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่เลือกรับประทานอาหาร ประเภทส้มตำหรือยำ เนื่องจากข้าวราดแกงเตรียมอาหารง่ายแค่ตัดกับราดข้าว แต่อาหารประเภทส้มตำหรือยำเป็นอาหารที่ต้องใช้เวลาในการรอกอყดดังนั้นพนักงานที่ให้บริการจึงควรให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสจดจำคำสั่งของลูกค้า เช่น พริกสองเม็ด ไม้ใส่ถั่วฝักยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูมิ พบสุวรรณ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่ประเภทอาหารที่นิยมรับประทานต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งแตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ต่ำ

ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว่าหรือเท่ากับ 100 บาท มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 101 – 150 บาท เนื่องจากร้านอาหารที่พนักงานออฟฟิศที่มีงบประมาณน้อยจะเลือกใช้บริการร้านอาหารที่ราคาไม่สูง แต่ก็ยังต้องการร้านที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของภูมิ พบสุวรรณ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน โดยด้านราคา พบว่า พนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 1 – 2 คน มีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครน้อยกว่าพนักงานออฟฟิศที่มีจำนวนบุคคลที่ใช้บริการร่วมกัน 3 – 5 คน และมากกว่า 5 คน เนื่องจากการรับประทานอาหารร่วมกันหลาย ๆ คนอาจสั่งอาหารบางอย่างมารับประทานร่วมกันแล้วแชร์กันจ่าย หรือมารับประทานหลายคนการเลือกร้านที่มีระดับราคา que ทุกคนพอใจยอมทำได้ยากกว่าจึงให้ความสำคัญด้านราคามากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทกานต์ กัสปะ (2566) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนสมาชิกที่รับประทานร่วมกันต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่สุขุมวิทแตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีขนมที่รับประทานในมือกลางวันด้วย แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า พนักงานออฟฟิศที่รับประทานขนมเค้ก/เบเกอรี่/ขนมขบเคี้ยวมีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่ไม่รับประทานขนม เนื่องจากพนักงานออฟฟิศที่มีการรับประทานขนมเค้ก/เบเกอรี่/ขนมขบเคี้ยว ต้องใช้เวลาในการรับประทานมากยิ่งขึ้นและต้องเลือกร้านอาหารที่ขนมขายด้วย จึงต้องการร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการให้บริการที่มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับประทานขนม สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทกานต์ กัสปะ (2566) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนสมาชิกที่เลือกซื้อเครื่องดื่มต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่สุขุมวิทแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเครื่องดื่มน้ำที่รับประทานในมื้อมีกลางวันด้วย แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อมีกลางวัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำเปล่ามีระดับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อมีกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่า พนักงานออฟฟิศที่ดื่มน้ำผลไม้/น้ำอัดลม เนื่องจากการดื่มน้ำเปล่าทำให้มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารแต่ ละมื้อมีไม่สูงมาก ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถแนะนำรายการอาหารอื่น ๆ เพิ่มเติมให้กับพนักงาน ออฟฟิศที่มีการดื่มน้ำเปล่าเพิ่มเติมได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิวกานต์ หงส์เหล็ก (2563) ได้ ทำการศึกษาการตัดสินใจซื้อขนมเพื่อสุขภาพในยุค New Normal พบว่า ประเภทขนมที่ซื้อต่างกันมี การตัดสินใจซื้อขนมเพื่อสุขภาพในยุค New Normal แตกต่างกัน

พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน มีความต้องการในการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อมีกลางวันแตกต่างกันในทุกด้าน โดยด้าน บุคลากร พบว่า พนักงานออฟฟิศที่ตนเองเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมื้อมีกลางวันในเขต กรุงเทพมหานครมีความต้องการมากกว่าพนักงานออฟฟิศที่เพื่อนหรือคนรู้จักเลือกใช้บริการ โดย จะเลือกร้านที่ถูกต้องมากที่สุดแต่ถ้ามากับเพื่อนต้องประนีประนอมยอมตามเพื่อนในบางประการ สอดคล้องกับงานวิจัยของภูมิ พบสุวรรณ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ พบว่า บุคคลที่รับประทานอาหารร่วมกันต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการ ร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับรสชาติของอาหาร อร่อย ถูกปากสูงสุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรพัฒนารสชาติของ อาหารให้อร่อยอยู่เสมอ ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสดใหม่ อีกทั้ง ควรพิจารณาถึงกระบวนการเก็บรักษาวัตถุดิบเพื่อรักษาความสดให้ยาวนานที่สุด มีการอุ่นอาหาร ร้อนตลอดเวลาจะทำให้อาหารอร่อยมากยิ่งขึ้น ควรมีการออกแบบเมนูอาหารให้มีความหลากหลาย เช่น อาหารเผ็ด อาหารไม่เผ็ด อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเจ อาหารลดน้ำหนัก และมีการพัฒนา เมนูอาหารให้น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของร้าน ซึ่งจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ และยังเป็นทางเลือกและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ให้กับร้านอาหารให้มากขึ้นอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับราคาอาหารไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรตั้งราคาอาหารให้เหมาะสมกับรสชาติและคุณภาพของอาหาร โดยมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีการตั้งราคาให้หลากหลายให้สอดคล้องกับประเภทอาหาร เนื่องจากอาหารแต่ละประเภทอาจมีต้นทุนในการผลิตแตกต่างกัน จึงควรพิจารณาต้นทุนที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังควรให้ความสำคัญกับการศึกษาตลาดและกำหนดลูกค้าเป้าหมายเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถกำหนดราคาที่เหมาะสมตามที่ผู้บริโภคต้องการ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรทำการศึกษาตลาด พิจารณาความต้องการของพนักงานออฟฟิศ เปิดร้านให้สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานของพนักงานออฟฟิศ เพื่อรองรับการมาใช้บริการในช่วงเวลาพักเที่ยงได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเปิดร้านอาหารควรพิจารณาเลือกทำเลที่มีความหลากหลายในการเดินทาง ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเข้าถึงร้าน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับมีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรมีการจัดทำเมนูอาหาร เนื่องจากเมนูอาหารนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดผู้บริโภคมาใช้บริการได้มากขึ้น โดยเมนูอาหารนั้นควรมีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย มีการใช้ภาษาที่ชัดเจนและไม่ซับซ้อนเกินไป ทำอาหารได้เหมือนในภาพอีกทั้งมีภาพ ราคา สีสันน่าสนใจ มีการบรรยายประกอบให้ลูกค้าติดตามซึ่งเมนูอาหารที่ดีนั้นจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกได้ง่าย รวดเร็ว นอกจากนี้เพื่อความรวดเร็วร้านอาหารควรนำเทคโนโลยี QR Code เข้ามาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสแกนดูเมนูอาหารได้ จะทำให้ผู้บริโภคสามารถดูเมนูอาหารได้สะดวกมากขึ้น

5. ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับพนักงานผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี นอบน้อม มีความเต็มใจในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรมีการยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายพูดคุยกับผู้บริโภค ซึ่งจะสร้างประสบการณ์ที่ดี และทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความเป็นกันเอง รู้สึกอบอุ่นสบายใจเมื่อเข้ามาใช้บริการ ซึ่งการสร้างประสบการณ์ที่ดีนี้จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการแนะนำร้านไปยังกลุ่มเพื่อนร่วมงานเป็นขยายฐานลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

6. ด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับมีลำดับก่อน-หลังในการเข้ารับบริการไม่แออัด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรมีการบริหารจัดสรรเวลาในการให้บริการ กำหนดเวลาที่เหมาะสมในการเปิดหรือปิดร้านอาหาร มีการจัดทำตารางเวลาการทำงานของพนักงานภายในร้านให้เหมาะสมกับปริมาณ รวมถึงคำนึงถึงเวลาที่ลูกค้ามักมาใช้บริการมากที่สุด มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการเพิ่มเติม เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำระบบจองออนไลน์ หรือสั่งอาหารออนไลน์เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถสั่งอาหารและจองโต๊ะได้ล่วงหน้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานออฟฟิศมีความต้องการเกี่ยวกับมีห้องน้ำที่สะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าร้านอาหารใส่ใจในเรื่องของความสะอาด โดยมีการจัดเตรียมอ่างล้างมือ สบู่ และกระดาษเช็ดมือเพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อโรคที่อาจจะติดต่อได้จากการสัมผัสกัน มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่และกระดาษเช็ดมือให้บริการด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมผู้บริโภคเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น คุณภาพการให้บริการ การสื่อสารทางการตลาด เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งทำให้ไม่ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรนำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ประกอบเพิ่มเติมเพื่อเป็นการยืนยันผลการศึกษาในเชิงปริมาณ โดยอาจใช้การสนทนากลุ่ม การทำข้อมูลวิจัยเชิงเอกสาร การถอดบทเรียน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. 2557. “ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร. ผู้ป่วน ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2565. **บทวิเคราะห์การจัดตั้งธุรกิจร้านอาหาร**. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2561. **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- จันทกานต์ กัสปะ. 2566. “พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- เจณิภา คงอ้อม. 2560. พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 2(3): 40 – 50.
- นัตยาพร เสมอใจ. 2556. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมิตธิไกร. 2554. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). 2566. **แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2566-2568**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/industry-outlook-2023-2025>
- ธัญธณัฐ ไชยสุรินทร์ และคาริณี ตันทวีเชฐ. 2560. พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทก๊วยเตี้ยวในเขตพื้นที่ถนนสายนิมมานเหมินท์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ**. 4(1): 74 – 85.
- ธัญลักษณ์ ถาวรจิต. 2564. พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**. 3(1): 41 – 56.
- นฤนาท นามคันที. 2562. “ความคิดเห็นของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งในศูนย์อาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2556. **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปิ่นทิวรา นาคบุษ, สุธรรม พงศ์สำราญ และอิงอร ตันพันธ์. 2565. พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารร้านริมทางของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สวนหลวงกรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 5(6): 37 – 46.
- พรมิตร กุลกาลยีนง. 2561. พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทย และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่ม Gen-X และ Gen-Y. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 6(1): 66 – 75.
- ภาวิณี กาญจนภา. 2559. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ภูมิ พบสุวรรณ. 2564. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์.” *วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร*.
- รจิต คงหาญ และอนุชิต แสงอ่อน. 2561. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจร้านอาหารริมทางสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*. 10(1): 91 – 103.
- วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ และ นวิวรรณ ปุรานิธิ. (2565). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ในธุรกิจ SMEs ในกรุงเทพและปริมณฑล. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*. 9(2): 92 – 110.
- วิรสรา สุขุมลจันทร์. 2565. วิเคราะห์ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามหลักของจริยศาสตร์อาหาร: กรณีศึกษานักศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารปณิธาน*. 18(1): 210 – 233.
- ศิวกานต์ หงส์เหลี่ยม. 2563. “การตัดสินใจซื้อขนมเพื่อสุขภาพในยุค New Normal.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. 2562. *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ กระทรวงแรงงาน. 2558. *สถิติแรงงานไทยประจำปี พ.ศ. 2557*. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://nlic.mol.go.th/eis/>
- สมชาย กิจยรรยง. 2561. *กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ: Smart Life.
- สามารถ รักษาชื่อ และชัชอนันต์ สิริเบญจสานนท์. 2565. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 6(1): 189 – 198.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สิริลักษณ์ พานิช. 2564. “รูปแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ในการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร ภายหลังสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19).” การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์. 2565. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสตรีทฟู้ดของผู้บริโภคในเขตธนบุรี และเขตคลองสาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. 7(2): 92 – 100.
- สุรัตน์ ลีลาทวีวัฒน์. 2560. เจาะพฤติกรรมลูกค้า ใช้บริการร้านอาหาร. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/finance/news/16631>.
- เสาวณีย์ บุญโต. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค. สุพรรณบุรี: วันเพ็ญปริ้นติ้ง.
- สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย. 2565. ศูนย์วิจัยกสิกรฯ มองมูลค่าธุรกิจร้านอาหารขยายตัวในปี 2565-2566 ท่ามกลางโจทย์ท้าทายด้านต้นทุนและการรักษากำไรของผู้ประกอบการ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?ref=A&id=bGVtZEU3WGNyEkE9&security=KBANK>
- สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. 2565. สถิติกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล.
- อรกนก ปัญญาเลิศ และ สายพิน ปั่นทอง. 2565. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารตามสั่งในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 12(1): 315 – 329.
- อริญชัช ธีระนอง และ วุฒิสักดิ์ เจริญวงศ์มิตร. 2561. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. 2(2): 74 – 78.
- Armstrong, G., & Kotler, P. 2017. **Marketing an introduction**. Malaysia: Global Edition.
- Brand buffet. 2022. 4 วิถีเอาตัวรอดใน ‘ธุรกิจร้านอาหาร’ ปี 2565 แนวโน้มกลับมาโต แต่ยังเสี่ยงจาก Omicron-ต้นทุนวัตถุดิบ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2022/01/kreserch-restaurant-business-trends-2022/>
- Cochran, W.G. 1977. **Sampling Techniques**. 3d ed. New York : John Wiley and Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2014. **Marketing Management**. 15th global edition. Edinburgh : Pearson.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขต กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือผู้ทำแบบสอบถาม ช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตาม ความเป็นจริง

3. ข้อมูลใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ไม่มีผลกระทบประการใดต่อผู้ตอบ แบบสอบถาม

4. แบบสอบถามชุดนี้ มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงาน ออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของ พนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านเป็นพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช่หรือไม่

1. ใช่

2. ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ท่านเคยรับประทานอาหารกลางวันในร้านอาหารอย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา

ใช่หรือไม่

1. ใช่

2. ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี 2. 31-40 ปี
 3. 41-50 ปี 4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 2. 15,001 – 25,000 บาท
 3. 25,001 – 35,000 บาท 4. 35,001 – 45,000 บาท
 5. 45,001 – 55,000 บาท 6. 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ประเภทร้านอาหารกลางวันที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

1. ร้านอาหารรวมถาด
 2. ร้านอาหารตามสั่ง
 3. ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น แมคโดนัลด์ KFC เป็นต้น
 4. ศูนย์อาหาร
 5. ร้านอาหารเดี่ยว เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวราดหน้า เย็นตาโฟ
 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ประเภทของอาหารที่ท่านเลือกรับประทาน (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

1. ประเภทเส้น เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมหุ้น เป็นต้น
 2. ประเภทข้าว เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ข้าวมันไก่ เป็นต้น
 3. ประเภทส้มตำหรือยำ
 4. ประเภทของทอดหรือของทานเล่น
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ค่าใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครต่อครั้ง (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท 2. 101 – 150 บาท
3. 151 – 200 บาท 4. 201 บาทขึ้นไป
4. จำนวนบุคคลที่ใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานครร่วมกับท่าน (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
1. 1 – 2 คน 2. 3 – 5 คน
3. มากกว่า 5 คน
5. ขนมที่ท่านรับประทานในมื้อกลางวันในร้านอาหาร เขตกรุงเทพมหานคร (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
1. ขนมไทย/ขนมหวาน 2. ขนมเค้ก/เบเกอรี่
3. ขนมขบเคี้ยว 4. ไม่รับประทานขนม
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. เครื่องดื่มที่ท่านรับประทานในมื้อกลางวันในร้านอาหาร เขตกรุงเทพมหานคร (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
1. น้ำเปล่า 2. ชา/กาแฟ
3. น้ำผลไม้ 4. น้ำอัดลม
5. นม 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
7. ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมื้อกลางวันในเขตกรุงเทพมหานคร (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
1. ตนเอง 2. ครอบครัว/ญาติ
3. เพื่อนหรือคนรู้จัก 4. บุคคลมีชื่อเสียง
5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวันของพนักงานออฟฟิศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวัน	ระดับความต้องการ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. รายการอาหารมีให้เลือกหลากหลายประเภท					
2. รสชาติของอาหาร อร่อย ถูกปาก					
3. สามารถเลือกส่วนผสมหรือรสชาติตามที่ตนชอบ					
4. ปริมาณอาหารหนึ่งจานเพียงพอกับความต้องการ					
5. บริการโดยรวมของร้านอาหารดี					
ด้านราคา					
1. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคาอาหารไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น					
3. มีป้ายแสดงราคาอาหารอย่างชัดเจน					
4. มีราคาให้เลือกหลากหลายตามขนาดของจาน					
5. การชำระค่าบริการ มีหลากหลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต เป็นต้น					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการ					
2. เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ					
3. สามารถจองที่นั่งหรือโต๊ะได้					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การสร้างเพจบนเฟซบุ๊ก เพื่อแจ้งข่าวสารของร้าน					
2. มีการทำเมนูรายการอาหาร และมีภาพประกอบ					
3. มีการลดราคาหรือเพิ่มปริมาณให้					
4. พนักงานภายในร้านสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการอาหารได้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการทำ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการในการใช้บริการร้านอาหาร สำหรับมือกลางวัน	ระดับความต้องการ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านบุคลากร					
1. พนักงานผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี นอบน้อม มีความเต็มใจในการให้บริการ					
2. พนักงานผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อการให้บริการ					
3. พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง					
4. พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. การบริการมีความรวดเร็ว					
2. มีลำดับก่อน-หลังในการเข้ารับบริการไม่แยงคิว					
3. มีกระบวนการชำระเงินถูกต้อง รวดเร็ว					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. สภาพแวดล้อมภายในร้านสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย					
2. มีห้องน้ำที่สะอาด มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่บริการ					
3. มีการจัดที่นั่งเพียงพอต่อความต้องการของผู้มาใช้บริการ					
4. ภาชนะที่ใช้มีความสะอาด เช่น จาน ช้อนส้อม ตะเกียบ เป็นต้น					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายกิตติศักดิ์ มณฑปใหญ่
วัน เดือน ปีเกิด	7 พฤษภาคม พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่	544 ถนนหลวงแพ่ง แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2558 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2559-2560 วิศวกรคอมพิวเตอร์ บริษัท เอ พี ซอฟท์เทค จำกัด พ.ศ. 2560-2561 วิศวกรคอมพิวเตอร์ บริษัท ทราฟฟิค เซนเตอร์ จำกัด พ.ศ. 2561-ปัจจุบัน วิศวกรคอมพิวเตอร์ บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้