

ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่
ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

VALUE AND LIFESTYLE PATTERN INFLUENCING PEOPLE'S BUYING
DECISION FOR FOOD DELIVERY IN AYUTTHAYA MUNICIPALITY
OFFICE OF AYUTTHAYA PROVINCE

มนัสวีส์ เกิดเกษ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Manutsawee Kerdket

E-mail: kerdgate@gmail.com

Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคในพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยาที่มีต่อ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ (2) เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพลของ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ซึ่งได้การรับรองด้านเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและมีการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.88 ตัวอย่างจำนวน 200 คน เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (พหุคูณ) ทั้งนี้การทดสอบสมมุติฐานทำที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยเห็นด้วยต่อตัวแปรค่านิยมในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ การสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่เหมาะสมกับสภาพสังคมในภาวะการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยเห็นด้วยต่อตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก คือ เป็นคนที่ชอบ

ความสะดวกสบายนอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้วยต่อตัวแปรการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับด้วยค่อนข้างมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในระดับด้วยค่อนข้างมาก คือ ตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ไม่ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้าน

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมส่งผลต่อตัวแปรการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ค่านิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต การตัดสินใจเลือกซื้อ บริการอาหารเดลิเวอรี่

Abstract

The purposes of this study aimed to (1) investigate the consumers' attitude toward Values, lifestyles pattern and their buying decision for food delivery (2) analyze the effects of Values and lifestyles pattern Influencing people's buying decision for food delivery, the administered questionnaire with the reliability value of 0.88 and approved content validity by the experts were employed for data collection. The 200 samples were randomly selected by using the convenient sampling method. Both descriptive and inferential statistics were applied including percentage calculation, frequency, mean, standard deviation, as well as, multiple regression analysis.

The research findings were revealed that the average respondents rather strongly agreed for their attitudes toward value, while lifestyles pattern were rather strongly agreed. Moreover, the respondents rather strongly agreed about their buying decision for food delivery.

According to the hypothesis testing that was statistically significant level at 0.05, it was proved that Lifestyles pattern and Value Influencing People's Buying Decision for Food Delivery in Ayothaya municipality Office of Ayutthaya Province respectively.

Keywords: Value, Lifestyles Pattern, Buying Decision, Food Delivery

บทนำ

ในปัจจุบันความนิยมในการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนมีมากขึ้นเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ได้ปฏิวัติรูปแบบการดำเนินชีวิตให้มีความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดค่านิยมที่ต้องการความสะดวกสบาย เช่น การประชุมกันระยะไกลไม่จำเป็นต้องอยู่ด้วยกัน ส่งคัมไ้เงินสดที่ไม่จำเป็นต้องพกเงินสดในการดำเนินชีวิต การโอนเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องไปที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม การใช้จ่ายใช้สอยโดยไม่จำเป็นต้องออกจากบ้านก็มีสินค้ามาส่งได้ และการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ที่ไม่จำเป็นต้องไป

รออาหารเองหรือต้องเดินทางไปเพื่อรับประทานอาหารนั้นทำให้พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป

ผู้ประกอบการร้านอาหารได้ตระหนักถึงความสำคัญกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ครอบคลุมและสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในหลายๆ ช่องทางมากยิ่งขึ้นการที่บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากบริการจัดส่งอาหารสามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยที่หันมาใช้ชีวิตอยู่ในบ้านกันมากขึ้น อาจเป็นผลมาจากมาจากราคาน้ำมันและค่าครองชีพอื่นๆ อีกทั้งการจรรยาบรรณที่ติดขัด และโรคระบาดโควิด-19 ที่ระบาดอย่างหนักในไทยตอนนี้ นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนไทยในสังคมเมืองส่วนใหญ่ มักจะไม่ค่อยทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน เพราะจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีน้อยลงทำให้การทำอาหารเองนั้นมีต้นทุนที่สูง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อตลาดบริการจัดส่งอาหารให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านค่านิยม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ส่วนใหญ่เนื่องจากมนุษย์นั้นมักจะดำเนินชีวิตตามค่านิยม ค่านิยมเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการคงอยู่ของสังคมมนุษย์ ค่านิยมมีบทบาทต่อความคิดและการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม ทำให้สังคมมีความโน้มเอียงไปในทางเดียวกันในสังคมนั้นๆ อันจะเป็นแนวทางที่มนุษย์จะประพฤติตนไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่งที่ตัวเองได้พิจารณาไตร่ตรองแล้วว่าเป็นสิ่งที่ดีสำหรับตนหรือสังคมยอมรับนับถือ และปฏิบัติตามแนวคิดนั้นๆ อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยก็ชั่วระยะเวลาหนึ่ง แต่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยและตามความคิดเห็นของมนุษย์ในสังคมนั้น (Rush ,1994) ค่านิยมส่วนบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นแล้วการใช้เครื่องมือทางการตลาดใดก็ตามที่สอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะเป็นสิ่งง่ายที่จะประสบความสำเร็จ เพราะค่านิยมส่วนบุคคลจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมและเมื่อมีพฤติกรรมแล้วสอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อในที่สุด (ภาสวรรณ ธีรอรธร ,2555) โดยค่านิยมนั้นจะส่งผลโดยตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบธุรกิจเดลิเวอรี่ควรให้ความสำคัญเพื่อการพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตนเองในอนาคต

ปัจจัยด้านการดำเนินชีวิตของมนุษย์ คือปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจโดยรูปแบบการดำเนินชีวิตถือเป็นปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม และรสนิยมในการใช้ชีวิตของบุคคล รวมถึงพฤติกรรมในการซื้อและใช้บริการสินค้าต่าง ๆ ด้วย ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าบุคคลที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายๆกันจะมีกิจกรรม หรือว่าสินค้าที่ชอบคล้ายคลึงกัน ดังนั้นนับเป็นโอกาสที่ดีของนักการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์ หรือผลิตสินค้าให้ตรงกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มคนต่าง ๆ (Solomon ,1996) ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบธุรกิจเดลิเวอรี่มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้นและผลประกอบการเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้เกิดความชัดเจนกับคนในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา จะนำไปสู่ผลสรุปของการศึกษาที่ว่าค่านิยมและรูปแบบการดำเนิน

ชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรีของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยได้นำเสนอปัญหาของการวิจัยของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. คนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา แสดงความคิดเห็นอย่างไรต่อค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี
2. ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรีของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น ดังนั้นวัตถุประสงค์ในครั้งนี้ ได้แก่

1. เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ที่มีต่อ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี
2. เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพลของ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรีของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ได้ใช้เทคนิคของการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่จะใช้ศึกษา และนำตัวแปรเหล่านั้นมาศึกษารายละเอียดของตัวแปรทุกตัวและความสัมพันธ์หรืออิทธิพลระหว่างกัน ตัวแปรที่ศึกษานี้ ประกอบด้วยตัวแปรประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ หรือ ตัวแปรต้น คือ (1) ค่านิยม (2) รูปแบบการดำเนินชีวิต และ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี ตัวแปรตามที่กล่าวมาข้างต้นจะนำมาศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกัน ดังนี้

1. การส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกันระหว่าง ค่านิยม กับ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรีของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา
2. การส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกันระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรีของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรหน่วยงานและบุคคลที่ได้นำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ดังต่อไปนี้

1. องค์กรและหน่วยงานที่จะได้รับประโยชน์ ได้แก่ ธุรกิจที่ดำเนินการในด้านการให้บริการอาหาร เติลเวอรี่ โดยที่องค์กรและหน่วยงานจะนำไปใช้ในเรื่องของการปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. บุคคลที่สนใจ ได้แก่ นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลวิชาชีพต่าง ๆ โดยที่กลุ่มบุคคลเหล่านี้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ (1) นำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อขยายผลการศึกษาให้มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น หรือนำไปใช้ประกอบการเขียนผลงานทางวิชาการให้มีความชัดเจนเพิ่มขึ้น (2) นำไปใช้เป็นประเด็นในการศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่หรือเพิ่มรายละเอียดของการศึกษาที่สนใจอยู่ในขณะนั้นให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น (3) นำไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความรู้ และทักษะให้กับการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

3. กลุ่มนักวิชาการ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ดังนี้ (1) นำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ (2) นำไปใช้เป็นข้อมูลในการเขียนผลงานทางวิชาการให้มีความชัดเจนมากขึ้น (3) นำไปใช้เป็นกรขยายความรู้ และเกิดเป็นความรู้ใหม่ที่อธิบายถึงตัวแปรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ให้เกิดความเข้าใจในเชิงลึกได้มากยิ่งขึ้น ในลักษณะของอิทธิพลที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแปร

การทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอเนื้อหาของบทนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยม

ณัฐพงศ์ เกศมาริช (2546) และ Krau (1989) และ Fraenkel (1977) และ Rush (1992) เห็นตรงกันว่า ค่านิยมเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการคงอยู่ของสังคมมนุษย์ ค่านิยมมีบทบาทต่อความคิดและการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมบุคคลแต่ละคนจะมีค่านิยมของตนเองซึ่งอาจจะแตกต่างหรือคล้ายคลึงกับค่านิยมของผู้อื่นก็อาจมีความเป็นไปได้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม และภาสวรรณ อีรอรอด (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ค่านิยมมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ในการใช้เครื่องมือทางการตลาดได้ก็ตามที่สอดคล้องกับค่านิยมจะเป็นสิ่งง่ายที่จะประสบความสำเร็จ

การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

Plummer (1974) และ Lazer (1963) และ Neal, Quester Hawkins (2001) ได้อธิบายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคของแต่ละคนที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคมตลอดช่วงชีวิตในแต่ละวัยทำให้ปัจจัยภายนอกอย่างเช่นกลุ่มอ้างอิงลำดับขั้นทางสังคมปัจจัยภายในเช่นแรงจูงใจบุคลิกภาพส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต Solomon (1996) และ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2550) เห็นตรงกันว่า รูปแบบของการดำเนินชีวิตยังอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิต โดยผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ว่าบุคคลที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายๆกันจะมีกิจกรรม หรือ

ว่าสินค้าที่ชอบคล้ายคลึงกัน ดังนั้นนับเป็นโอกาสที่ดีของนักการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์ หรือผลิตสินค้าให้ตรงกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มคนต่าง ๆ

การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ณัฐพันธ์ เชนรนนท์ (2551) และ Schiffman and Kanuk (1994) และ Plunkett and Attner (1994) ได้มีความเห็นตรงกันว่า การตัดสินใจหมายถึงกระบวนการของการใช้ความคิดและการกระทำในการรับรู้ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา หรือโอกาส กำหนดและประเมินทางเลือกรวมถึงเลือกทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น เป็นขั้นตอนกระบวนการเลือกจากทางเลือกที่มีหลายทางเลือก โดยมีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจของบุคคล และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทั้งทางด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลระหว่างค่านิยมกับการตัดสินใจ

ภาสวรรณ ธีรอรธร (2555) และ พัชรา ทิพยทัศน์ (2551) ได้กล่าวไว้ว่า ค่านิยมส่วนบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นแล้วการใช้เครื่องมือทางการตลาดใดก็ตามที่สอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะเป็นสิ่งง่ายที่จะประสบความสำเร็จ เพราะค่านิยมส่วนบุคคลจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมและเมื่อมีพฤติกรรมแล้วสอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อในที่สุด และ กมล โสระเวช (2557) และ ชางยู่ เหวย (2558) พบตรงกันว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับมาก

การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจ

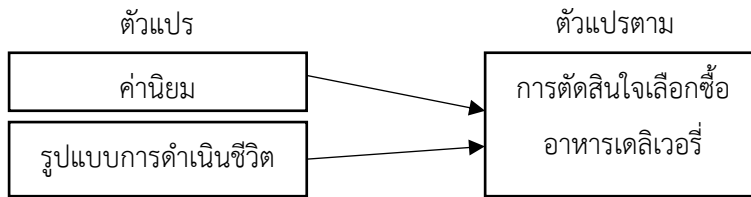
ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) และ สุเมธ ภูขำ (2555) พบตรงกันว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตดำเนินกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และ ศุภิตา มีทอง (2561) กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบไปด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านทางแอปพลิเคชัน

ข้อสรุปจากการทบทวนข้างต้นนำไปสู่การตั้งสมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลระหว่างค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : ค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

สมมุติฐานที่ 2 : รูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 แสดงเส้นทางของความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผล/ อิทธิพลระหว่างตัวแปร

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดคุณสมบัติไว้เพื่อให้ได้ประชากรที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากประสบการณ์ของตนเองและ/ หรือได้รับจากแหล่งข้อมูลประเภทต่าง ๆ อาทิ ผู้ที่มีความสนิทใกล้ชิด เอกสารทางช่องทางประเภทอื่น เป็นต้น ความรู้และความเข้าใจดังกล่าว ส่งผลให้ประชากรสามารถให้ข้อมูลโดยแสดงความคิดเห็นได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับประเด็นที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งคุณสมบัติของประชากร ได้แก่ (1) เป็นบุคคลที่มีที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา (2) เป็นบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ทางด้านการใช้บริการอาหารเดลิเวอรี่มาก่อน (3) เป็นบุคคลที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ ค่านิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ ซึ่งจำนวนประชากรที่มีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้เนื่องจากไม่มีแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้

2. ตัวอย่าง

ตัวอย่าง หมายถึง ตัวแทนของประชากรที่นำมาใช้ในการศึกษาเนื่องจากขนาดของประชากรที่มีขนาดใหญ่และผู้วิจัยจะใช้ตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงกับประชากรของการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนเพื่อให้ได้ตัวอย่างที่มีคุณสมบัติดังกล่าว ดังต่อไปนี้

1. ทบทวนคุณสมบัติของประชากรที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น
2. ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ซึ่งพื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจ ได้แก่ เทศบาลโยธยา จ.

พระนครศรีอยุธยา

3. ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์โดยใช้แอปพลิเคชันสำเร็จรูป
4. จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนเพราะ

ไม่สามารถหาแหล่งข้อมูลที่รายงานจำนวนดังกล่าวได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณจำนวนตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1977) ซึ่งเป็นสูตรการคำนวณที่ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรดังนี้

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

ในที่นี้ n = จำนวนหรือขนาดตัวอย่าง

Z = ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 93 เท่ากับ 1.89

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของจำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.07

แทนค่าสูตรจะได้จำนวนหรือขนาดตัวอย่างเท่ากับ 183 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะใช้จำนวน 200 ตัวอย่างเนื่องจากต้องการสำรองความผิดพลาดที่อาจเกิดจากความผิดพลาดจากการตอบคำถามของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผิดพลาดหรือตอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

เครื่องมือในการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการอยู่ได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการตั้งเป็นคำถามและผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามที่เป็นลักษณะของการแสดงความคิดเห็น ดังมีรายละเอียดของการจัดทำเครื่องมือ คือ

ที่มาของเครื่องมือ คือ คำถามที่อยู่ในแบบสอบถามที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ศึกษาทุกตัว และทุกประเภทรูป ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ประกอบด้วย (1) แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (2) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มีการศึกษามาก่อน (3) คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ (4) คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

องค์ประกอบของเครื่องมือ คือ แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษา ประกอบด้วยคำถามซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านประชากรศาสตร์ มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ ลักษณะของคำถามในส่วน นี้จะเป็นคำถามชนิดปลายปิด แบบให้เลือกตอบ ข้อที่ตรงกับความเห็นของผู้ตอบมากที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง ค่านิยม มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ

ลักษณะของคำถามในส่วนที่ 2, 3 และ 4 เป็นคำถามชนิดปลายปิดแบบแบ่งระดับคะแนน โดยค่าคะแนนที่น้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 1 และค่าคะแนนที่มากที่สุดมีค่าเท่ากับ 5

การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำถามของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปแจกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งการตรวจสอบเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ

1. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญต่อประเด็นคำถามที่จะใช้วัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอความคิดเห็น หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะต่างๆ และนำมาปรับปรุงแก้ไขสำหรับข้อคำถามที่มีการท้วงติงและแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษา

2. การตรวจสอบความเชื่อถือ หรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยผู้วิจัยได้ทำการทดลองโดยนำแบบสอบถามจำนวน 30-40 ชุด ไปทดลองกับกลุ่มทดลองจำนวน 30-40 คน ซึ่งกลุ่มทดลองจะต้องมีคุณสมบัติของประชากรอย่างครบถ้วน เมื่อได้รับคำตอบแล้วจะนำคำตอบไปคำนวณค่าโดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์ ครอนแบช (Cronbach's Alfa Coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของตัวแปรแต่ละตัว ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : ค่าสรุปสัมประสิทธิ์อัลฟา

ชื่อตัวแปรต้น และตัวแปรตาม	ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบชอัลฟา
1. ค่านิยม	0.86
2. รูปแบบการดำเนินชีวิต	0.87
3. การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่	0.92
ค่ารวม	0.88

ประเภทของสถิติที่ใช้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ

4.1 สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1.1 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้มาตรวัดนามบัญญัติ และมาตรวัดจัดอันดับ (ทิพย์สิริ กาญจนวาสี และ ศิริชัย กาญจนวาสี, 2564)

1.2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายความคิดเห็นของตัวอย่างในเรื่อง ค่านิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต และการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ ซึ่งใช้มาตรวัดอันดับ (ทิพย์สิริ กาญจนวาสี และ ศิริชัย กาญจนวาสี, 2564) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ว่า เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ที่มีต่อค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่

2 สถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐานสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ว่า ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ซึ่งการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ในรูปของการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้มาตรวัดอันดับ และตัวแปรตามที่ใช้มาตรวัดอันดับ ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) (ทิพย์สิริ กาญจนวาสี และ ศิริชัย กาญจนวาสี, 2564)

ในการวิเคราะห์ดังกล่าวเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ว่าเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีการกำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้คือ

สมมติฐานที่ 1 : ค่านิยม มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2 : รูปแบบการดำเนินชีวิต มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา

การแปลผลทางสถิติ

เนื่องจากค่าสถิติที่ได้จากการประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์ ต้องมีการแปลผลโดยใส่ความหมายในลักษณะของความมาก-น้อย หรือ ความสูง-ต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการกำหนดช่วงชั้น ซึ่งสะดวกต่อการแปลผล โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำการคำนวณความห่างของแต่ละช่วงคะแนนโดยใช้สูตร ดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2547 อ้างใน พิมพ์ กฤตยาไชยวัฒน์, 2560)

$$\text{ช่วงห่างระหว่างช่วงคะแนน} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{ระดับชั้น}}$$

ในที่นี้ผู้วิจัยได้แบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ

5 = ระดับค่าคะแนนสูงสุด

1 = ระดับค่าคะแนนต่ำสุด

$$\text{ดังนั้นการแทนค่าสูตรจะได้} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

2. ทำการกำหนดช่วงชั้นสำหรับการแปลผลค่าคะแนนที่ตกอยู่ในช่วงชั้นต่าง ๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วย แปลผลได้ว่า

1.00 – 1.80 แปลผลได้ว่า มีระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด

1.81 – 2.61 แปลผลได้ว่า มีระดับความเห็นด้วยค่อนข้างน้อย

2.62 – 3.42 แปลผลได้ว่า มีระดับความเห็นด้วยปานกลาง

3.43 – 4.23 แปลผลได้ว่า มีระดับความเห็นด้วยค่อนข้างมาก

4.24 – 5.00 แปลผลได้ว่า มีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจซื้อ แปลผลได้ว่า

1.00 – 1.80 แปลผลได้ว่า มีระดับการตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน

1.81 – 2.61 แปลผลได้ว่า มีระดับการตัดสินใจอาจจะไม่ซื้อ

2.62 – 3.42 แปลผลได้ว่า มีระดับการตัดสินใจไม่แน่ใจ

3.43 – 4.23 แปลผลได้ว่า มีระดับการตัดสินใจอาจจะซื้อ

4.24 – 5.00 แปลผลได้ว่า มีระดับการตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาเรื่องคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 49.0 ระดับ

การศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.5 รายได้ต่อเดือนสูงสุดอยู่ที่ มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 35.5 และเมื่อสอบถามเกี่ยวกับช่องทางในการสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ทางแอปพลิเคชันสั่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 68.0

สรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เทศบาลโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยาที่มีต่อ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่

ผลสรุปความคิดเห็นที่ต้องการสำรวจค่านิยมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยต่อค่านิยมในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมากในทุกด้าน (\bar{X} = 3.86, S.D. = 0.75) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านค่านิยมส่วนบุคคล (\bar{X} = 3.80, S.D. = 1.05) ด้านค่านิยมทางครอบครัว (\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.83) และด้านค่านิยมทางสังคม (\bar{X} = 4.04, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ผลสรุปความคิดเห็นที่ต้องการสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยค่อนข้างมากในรูปแบบการดำเนินชีวิตในระดับ (\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.66) พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต 3 ลำดับแรก ได้แก่ ท่านเป็นคนที่ชอบความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก (\bar{X} = 4.09, S.D. = 0.91); ท่านจะใช้เวลากับการพักผ่อนที่บ้านมากกว่าไปเที่ยวนอกบ้าน (\bar{X} = 4.01, S.D. = 0.98); และท่านจะใช้เวลากับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เมื่อมีเวลาว่าง (\bar{X} = 3.98, S.D. = 0.86) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผลสรุปความคิดเห็นที่ต้องการสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจว่าจะซื้อในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ในระดับ (\bar{X} = 3.51, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ในระดับตัดสินใจว่าจะซื้อได้แก่ ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ท่านไม่ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้าน (\bar{X} = 3.97, S.D. = 1.02); ท่านตัดสินใจที่จะสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ในสถานการณ์ฉุกเฉินเท่านั้นเช่น ภาวะโรคระบาด ก๊าซหุงต้มหมด เป็นต้น (\bar{X} = 3.85, S.D. = 1.08); ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะ สั่งซื้อได้ง่าย มีขั้นตอนที่สะดวก (\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.97); ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะมีเมนูที่หลากหลายให้เลือกสั่งได้ตามความชอบ (\bar{X} = 3.60, S.D. = 0.99); ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่แม้ว่าราคาการสั่งซื้อ แบบเดลิเวอรี่จะแพงกว่าหน้าร้านปกติ (\bar{X} = 3.57, S.D. = 1.07); ท่านตัดสินใจที่สั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ เพราะต้องการใช้เวลากับครอบครัวอย่างมีความสุข (\bar{X} = 3.48, S.D. = 0.95)และบางส่วนไม่แน่ใจใน ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่จากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดของธุรกิจเดลิเวอรี่ เช่น แปรนต์ โฆษณา หรือโปรโมชั่น เป็นต้น (\bar{X} = 3.25, S.D. = 1.12); ท่านตัดสินใจที่จะสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ตามคำแนะนำของคนใกล้ชิด (\bar{X} = 3.24, S.D. = 1.01); ท่านตัดสินใจที่จะสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะได้คุณภาพอาหาร

ตามที่ระบุไว้ในเมนูอาหาร ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.99) และท่านตัดสินใจที่จะสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ต่อไปเรื่อยๆ ตามกระแสสังคม ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 1.01) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพลของ ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในเขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ดังตารางที่ 2

ตัวแปรอิทธิพล	b	beta	t	P-Value (Sig)
ค่านิยม	0.60	0.69	8.76	0.00*
รูปแบบการดำเนินชีวิต	0.27	0.78	3.46	0.00*

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่

ค่าสถิติ : R-square = 0.59, df = 2, 197, F = 139.27, P ≤ 0.05*

ผลการศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์ว่าค่านิยมส่งและและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมส่งผลการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 และรูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ที่เสนอไว้

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาที่พบว่าค่านิยมส่งผลการตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนในพื้นที่เทศบาลอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ภาสวรรณ ธีรอรุณ (2555) ได้กล่าวไว้ว่า ค่านิยมส่วนบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นแล้วการใช้เครื่องมือทางการตลาดได้ก็ตามที่สอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะเป็นสิ่งง่ายที่จะประสบความสำเร็จ เพราะค่านิยมส่วนบุคคลจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมและเมื่อมีพฤติกรรมแล้วสอดคล้องกับค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อในที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมล โสระเวช (2557) พบว่าค่านิยมจากการใช้แบรนด์เนมแล้วทำให้เกิดความมั่นใจกล้าเข้าสังคมชั้นสูง ทำให้ดูเป็นคนทันสมัย เพื่อยกระดับฐานะทางสังคม เมื่อมีรายได้สูงขึ้นมักจะเลือกแบรนด์เนมยี่ห้อที่แพงขึ้น ตามค่านิยมของพวกสังคมชั้นสูง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ช่างยู เหวย (2558) พบว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมในการตัดสินใจซื้ออยู่ที่ระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัทธรา ทิพยทัศน์ (2551) ที่อธิบายไว้ว่า ค่านิยม เป็นสิ่งที่มีในตัวของคนแต่ละคน และมีอิทธิพลต่อสิ่งที่คิดและสิ่งที่ทำทุกคนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะมีค่านิยมประจำกลุ่มซึ่งมีแตกต่างกันไปความแตกต่างกันของค่านิยมเป็นตัวกำหนด ความแตกต่าง ความสอดคล้องดังกล่าวสามารถอธิบายได้ในการศึกษาครั้งนี้การตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่นั้นมาจากค่านิยมของบุคคลต่างๆ โดยมีค่านิยมที่น่าสนใจดังนี้ การสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่เหมาะกับสภาพสังคมในภาวะการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน การสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ทำให้สมาชิกในครอบครัวได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น และการสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่จะเป็นการเพิ่มกระแสสังคมที่ต้องการความสะดวกสบาย ตามลำดับ

ผลการศึกษาที่พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่ของคนที่เขตพื้นที่เทศบาลอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น (2555) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า รุ่นพริอุส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุเมธ ภู่อำ (2555) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีผลต่อการซื้อรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าบริโอ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภธิดา มีทอง (2561) กล่าวไว้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบไปด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านทางแอปพลิเคชัน พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเรื่องของผู้บริโภคให้ความสำคัญคือ ความสนใจที่จะหาส่วนลดร้านอาหารในการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์เป็นประจำนั้นช่วยส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ ความสอดคล้องดังกล่าวสามารถอธิบายได้ในการศึกษารั้งนี้การตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่นั้นมาจาก รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจดังนี้ เป็นคนที่ชอบความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก ใช้เวลากับการพักผ่อนที่บ้านมากกว่าไปเที่ยวนอกบ้าน และใช้เวลากับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เมื่อมีเวลาว่าง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การที่สถานประกอบการร้านอาหารและธุรกิจเดลิเวอรี่ ต้องการให้เกิดประสิทธิผลที่บรรลุเป้าหมายได้ นั้น ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาเพื่อให้เกิดการดำเนินงานได้ต่อไป คือ ค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิต
2. ในการพิจารณาปัจจัยเรื่องค่านิยมนั้น สถานประกอบการร้านอาหารและธุรกิจเดลิเวอรี่ ควรพิจารณาให้ความสำคัญในผลผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่บรรลุเป้าหมายของบริษัทได้แก่ การสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่เหมาะกับสภาพสังคมในภาวะการแพร่เชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในปัจจุบัน การสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ทำให้สมาชิกในครอบครัวได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น และการสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่จะเป็นการเพิ่มกระแสสังคมที่ต้องการความสะดวกสบาย เป็นสามอันดับแรก
3. ในการพิจารณาปัจจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น สถานประกอบการร้านอาหารและธุรกิจเดลิเวอรี่ ควรพิจารณาให้ความสำคัญในผลผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่บรรลุเป้าหมายของบริษัทได้แก่ เป็นคนที่ชอบความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก ใช้เวลากับการพักผ่อนที่บ้านมากกว่าไปเที่ยวนอกบ้าน และใช้เวลากับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เมื่อมีเวลาว่าง เป็นสามอันดับแรก
4. ในการพิจารณาปัจจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น สถานประกอบการร้านอาหารและธุรกิจเดลิเวอรี่ ควรพิจารณาให้ความสำคัญในผลผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่บรรลุเป้าหมายของบริษัทได้แก่ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องออกไปทานอาหารนอก ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะสั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ในสถานการณ์ฉุกเฉินเท่านั้นเช่น ภาวะโรคระบาด ก๊าซหุงต้มหมด เป็นต้น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะสั่งซื้อได้ง่าย มีขั้นตอนที่สะดวก ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่เพราะมีเมนูที่หลากหลายให้เลือกสั่งได้ตามความชอบ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่แม้ว่าราคาการสั่งซื้อ แบบเดลิเวอรี่จะแพงกว่าหน้าร้านปกติ ผู้บริโภคตัดสินใจที่สั่งซื้ออาหารเดลิเวอรี่ และเพราะต้องการใช้เวลาที่ครอบครัวอย่างมีความสุข เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ผู้วิจัยได้เสนอแนะประเด็นที่ควรจะมีการนำไปศึกษาต่อไปในโอกาสต่อไป ดังนี้คือ

4.1 ผู้วิจัยสำหรับโอกาสต่อไป ควรศึกษากับประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ เพื่อขยายผลการศึกษาให้กว้างขวางมากขึ้น เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ความรู้ในมุมมองที่กว้างขวางเพิ่มขึ้นซึ่งจะได้สรุปเป็นภาพรวมของประชากรที่ใช้สินค้าและบริการประเภทนี้ ได้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้นกว่าประชากรกลุ่มใหญ่ มีความคิดเห็นต่อสินค้าหรือบริการประเภทการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเดลิเวอรี่

4.2 ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเทคนิคในการวิจัยประเภทอื่น เช่น การใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมด้วยเพื่อประโยชน์ต่อไปนี้ได้แก่

4.2.1 เพื่อต้องการความแม่นยำของผลที่ได้รับไม่ว่าผลที่ได้รับจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านั้น

4.2.2 เพื่อค้นหาเหตุในเชิงลึกถึงเหตุผลที่ผลการศึกษาบางประเด็นไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยก่อนหน้า

4.3 ผู้วิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกใช้สถิติอื่นๆ ที่ทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กมล โสระเวช. (2557). *ปัจจัยค่านิยมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ชางยู เหวย. (2558). *อิทธิพลภาพลักษณ์ตราสินค้า และค่านิยมทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กาแฟแฟรนไชส์ต่างประเทศของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2551). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ณัฐพงศ์ เกษมาริช. (2546). *วิสัยทัศน์ พันธกิจและค่านิยม*. กรุงเทพฯ: ธรรมการพิมพ์.

พัชรา ทิพย์ทัศน์. (2551). *การพัฒนาภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง*. สืบค้นจาก <http://goo.gl/Luydrg>.

ภาณุวัฒน์ ชุ่มชื่น. (2555). *พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้ารุ่นพริอุสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาสวรรณ ธีรอรธ. (2555). *บุคลิกภาพและค่านิยมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคเพศหญิง ในการเลือกซื้อกระเป๋าหิ้วสตรีดีตอง ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- มงคล เอี่ยมวงศ์. (2557). *ค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศุภธิดา มีทอง. (2561). *การตัดสินใจซื้ออาหารผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุเมธ ภูษา. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ฮอนด้าบริโอ (Honda Brio) ของผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior* (พิมพ์ครั้งที่ 8 (ปรับปรุงครั้งที่ 8)): กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรสิริ ทศนาวารกุล. (2554). *ค่านิยมการบริโภคสินค้าแบรนด์เนมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Cathy Neal, P. Q. , Delbert I. Hawkins, Del I. Hawkins,. (2001) . *Consumer Behavior: Implications For Marketing Strategy* (3rd edition): McGraw Hill Higher Education.
- Fraenkel, J. (1977). *How to Teach about Values: An Analytic Approach*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Krau, E. (1989). *The Transition in Life Domain Salience and the Modification of Work Values between High School and Adult Employment*. Journal of Vocational Behavior.
- Lazer, W. (1963). *Life style Concepts and Marketing toward Scientific Marketing*, Stephen Cresyered. AMA Chicago.
- Plunkett, & Attner. (1994). *สารสนเทศและการตัดสินใจทางธุรกิจ*. Retrieved from http://br-05-052-403.blogspot.com/2013/07/blog-post_6.html
- Plummer, J. (1974) . *The concept and application of lifestyle segmentation*. Journal of Marketing
- Rush, M. (1992). *Political and society: An introduction to political sociology*. New York: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*. (5 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, M. (1996). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.