

มาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อ
การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหาร
ระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่ม
ประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 2) เพื่อศึกษามาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อมาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามข้อมูล กลุ่มประชาชนที่ซื้ออาหารรับประทานผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปและประชาชนที่รับประทานอาหารในร้านอาหาร ในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One -Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สั่งซื้ออาหารของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก คือ ช่วงเวลาที่มีการสั่งอาหารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป (Line Man, Grab Food, Food Panda) มากที่สุดคือช่วงอาหารมื้อเที่ยง ความถี่การสั่งซื้ออาหาร 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ เพศหญิง อายุช่วง 21-38 ปี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด ระดับทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ด้านองค์ความรู้ความเข้าใจ คือ การเลือกรับประทานที่วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ สดใหม่ คือสิ่งที่ดีกับตัวเองมากที่สุด ด้านการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย และการเลือกซื้ออาหารเพราะ (การ

ตัดสินใจตัดสินใจเลือกซื้ออาหารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป (Line Man, Grab Food, Food Panda) เพราะว่าความสะดวกสบาย ไม่ต้องรอ สามารถเลือกซื้ออาหารจากร้านที่ชอบได้อย่างสะดวก) มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน มีเพียงเพศทางเลือก LGBT ที่มีการตัดสินใจแตกต่างออกไป ส่วนช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน มีเพียงเพศทางเลือก LGBT ที่มีการตัดสินใจแตกต่างออกไป ส่วนช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กำหนดสมมติฐานเชิงสถิติ คือ ทศนคติของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : มาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19, เปรียบเทียบทัศนคติของประชาชน, การตัดสินใจซื้ออาหาร,

Abstract

The research objectives 1) to compare demographic factors such as sex, age, marital status, educational level, occupation, and monthly income. This affects the comparison of people's attitudes when making food purchase decisions between the packaged program and eating at a restaurant. of people in Mae Sot District, Tak Province. 2) To study the prevention and control measures of COVID-19 affecting the comparison of people's attitudes in making food purchase decisions via packaged programs and eating at restaurants. of people in Mae Sot District, Tak Province. 3) to study the people's recommendations on the prevention and control measures of COVID-19, impacting the comparison of people's attitudes in making food purchase decisions between the packaged program and eating at a restaurant. of people in Mae Sot District, Tak Province.

In determining the sample group, the researcher calculated the sample based on the data. People who buy food and eat food through instant programs and people who eat in restaurants in Mae Sot District, Tak Province. 400 people. The questionnaire was used as a tool to collect data. The statistics used in the data analysis consisted of frequency, percentage, mean, and standard deviation. Test your hypothesis with statistical testing. If any differences were discovered, they were compared in pairs using the LSD method, with a significance level of 0.05.

The results of the research were found. Most of the samples were ordered food from the people in Mae Sot District, Tak. It is the time when ordering food through instant programs (Line Man, Grab Food, and Food Panda) is most common during lunchtime. Frequency of ordering food: 6–10 times per week, female, age 21–38 years, occupation: government officer/state enterprise employee, monthly income of 10,000–20,000 baht at the most. The public has a very positive attitude toward food purchasing decisions. The cognitive aspect is choosing to eat good quality, fresh ingredients that are the best thing for yourself. His decision to buy food is between going through the package and eating at a restaurant. There is an opinion level at the level of agreeing. Decide to buy food through instant programs (Line Man, Grab Food, Food Panda) because of convenience (no need to wait, able to buy food from the restaurant you like most conveniently).

The results of hypothesis 1. test revealed that males and females had no difference in decision-making. Only LGBT people made different decisions, while their age range, status, education level, occupation, and monthly income were the same.

The demographic characteristics were that males and females had no difference in decision-making. Only LGBT people made different decisions, while their age range, status, education level, occupation, and monthly income were the same.

The second hypothesis test result, the people's attitudes in Mae Sot District, Tak Province, one-way ANOVA, set statistical significance at the 0.05 level. It affects the decision to buy food between going through the packaged program and sitting and eating differently. significantly.

Keywords: attitude, Preventive measures to control COVID-19, comparing people's attitudes, food purchase decision,

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามที่รัฐบาลประกาศมาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชาชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจทั้งในส่วนมหภาคและจุลภาค อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ตั้งแต่ในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2563 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้วิถีชีวิตของคนในพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้ตามนโยบายของรัฐบาลส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารได้ปรับเปลี่ยนการจำหน่ายสินค้าอาหารโดยมีการเข้ามาของรูปแบบการซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปและการมีการจำกัดการรับประทานอาหารในร้านอาหาร รวมถึงการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะอาหาร เพื่อป้องกันตามคำสั่งของคณะกรรมการควบคุมโรคของจังหวัดตาก และประกอบกับแนวโน้มการการใช้บริการสั่งซื้ออาหาร มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสั่งอาหารเปิดให้บริการภายในพื้นที่ โดยคาดว่าเป็นทางเลือกหนึ่งของการสั่งซื้ออาหาร ระหว่างร้านอาหารกับผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคใช้บริการผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปในโทรศัพท์มือถือทำรายการสั่งซื้ออาหารมาที่ร้าน ทำให้มีทางเลือกเพิ่มขึ้นกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

คณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด ได้มีการกำกับดูแลและติดตามการดำเนินการของสถานกิจการ หรือกิจกรรมในพื้นที่สถานการณ์ที่กำหนดเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวดที่ได้รับมาตรการตามข้อกำหนดนี้เพื่อให้เปิดดำเนินการได้ โดยให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบจัดเตรียมสถานที่ การตรวจสอบระบบหมุนเวียนระบายอากาศ การกำกับดูแลความพร้อมของบุคลากรผู้ให้บริการ และปฏิบัติตามเงื่อนไข เงื่อนไข การจัดระบบ ระเบียบ และมาตรการป้องกันโรคต่างๆ ตามที่ทาง

ราชการกำหนด รวมทั้งมาตรการที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบกำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะ ยกตัวอย่างมาเพียง มาตรการของร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้อ อาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่ อำเภอมะสอย จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษามาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของ ประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัดตาก
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อมาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อ การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการ นั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัดตาก

สมมุติฐานของการวิจัย

1. เมื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ของประชาชนในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัดตาก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่าง ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างกัน
2. ทัศนคติของประชาชนในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัดตาก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร ระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการตัดสินใจการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่ง รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัดตาก โดยมีตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร และตัวแปรตามคือ การ ตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารอาหารที่ ร้านอาหาร ตามมาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัด ตาก

ขอบเขตด้านประชากร

1. ขอบเขตของสถานที่เก็บข้อมูล ประชาชนที่ซื้ออาหารรับประทานผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปและ รับประทานอาหารในร้านอาหาร ในพื้นที่อำเภอมะสอย จังหวัดตาก
2. ขอบเขตระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลในช่วงเดือนเดือนธันวาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19

ตามประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2563 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม ได้แถลงประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 หรือ พรก.ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคไขหวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ Covid-19 ซึ่งให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นไป

จากสถานการณ์ คณะกรรมการควบคุมโรคจังหวัดตากได้ประกาศมาตรการป้องกันการระบาดของโควิด 19 ในพื้นที่จังหวัดตาก โดยร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ถูกกำหนดดังนี้
ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม สามารถเปิดบริการได้โดยให้บริการอาหารหรือเครื่องดื่มในร้านได้ไม่เกินเวลา 21.00 นาฬิกา ห้ามการบริโภคสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้าน และจำกัดจำนวนผู้หนึ่งบริโภคในร้านอาหาร หากเป็นการบริโภคในห้องปรับอากาศให้มีจำนวนไม่เกินร้อยละ 50 ของจำนวนที่นั่งปกติ แต่หากเป็นการบริโภคในพื้นที่เปิดที่อากาศสามารถระบายถ่ายเทได้ดี เช่น ร้านอาหารขนาดเล็ก หาบเร่ แผงลอย รถเข็น ให้มีจำนวนผู้บริโภคไม่เกินร้อยละ 75 ของจำนวนที่นั่งปกติ และอาจจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นได้ โดยมีผู้แสดงไม่เกินจำนวน 5 คน ต้องมีการเว้นระยะห่างและงดการติดต่อสัมผัสกับผู้ให้บริการ และให้นักดนตรีสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลา โดยอนุโลมให้เฉพาะนักร้อง นักแสดง หรือนักดนตรีที่ใช้เครื่องดนตรีประเภทเป่าที่อาจถอดหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าได้ขณะทำการแสดง

จากมาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ระบาดผู้วิจัยได้แนวคิดในการวิจัยมีข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหาร ได้แก่ ความสะอาดปลอดภัยจากโควิดระหว่างร้านอาหารกับคนส่งอาหารมาถึงมือผู้บริโภค ส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการ การเลือกเมนูอาหารที่ปรุงสุกใหม่เพื่อปลอดภัยจากการซื้อโควิด 19 ร้านค้าที่มีการจัดการเป็นไปตามมาตรการป้องกันโควิด 19 ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยผ่อนคลายมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่างที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลหรือผู้ใช้บริการนั้น โดยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์สามารถช่วยแบ่งส่วนตลาดทำให้เกิดประสิทธิผลในการกำหนดตลาดเป้าหมาย และง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ โดยใช้เกณฑ์ความแตกต่างทางด้านลักษณะของผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีมาปรับใช้ในงานวิจัยนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำเอาได้โดยการกำหนดคำถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยการเปรียบเทียบของการซื้ออาหารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปส่ง

อาหารกับการเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร เพื่อวิเคราะห์ถึงการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็น การรับรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการที่รับสิ่งรอบตัว ผ่านทางตา หู จมูก ลิ้น การสัมผัส ให้นำไปสู่การคิดวิเคราะห์ จดจำขึ้นมา เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการกระทำบางอย่าง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งการค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภคจะต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เพื่อทราบถึงลักษณะและความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค โดยใช้คำถาม 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, When, Where และสุดท้ายคือ How เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารจะมีลักษณะดังนี้ ท่านรับประทานอาหารตามความต้องการของตัวเอง เช่น ทานอาหารครบ 3 มื้อเป็นประจำเพื่อสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ ท่านเลือกรับประทานอาหารจากผู้อื่นแนะนำหรือจากเห็นผู้อื่นโพสต์ลงใน Social media ท่านจะเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการเลือกซื้ออาหารในแต่ละครั้ง ท่านตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารจากการโปรโมชัน ส่วนลด หรือโครงการของรัฐ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจหมายถึงการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าใด จะผ่านกระบวนการของการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ซื้อมาก่อนไม่ว่าเป็นการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การพิจารณารายละเอียด และกระบวนการที่ผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับสินค้าได้รับผลมาจากสองกลุ่มของปัจจัย กลุ่มแรก ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล เช่น การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติอื่น ๆ กลุ่มที่สอง ได้แก่ ปัจจัยทางสังคมเช่น วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคมและครอบครัว

พฤติกรรมหลังจากการซื้ออาหาร ท่านแนะนำและบอกต่อประสบการณ์ในการมาเลือกซื้ออาหารให้กับคนอื่นทราบ (ทั้งดีและไม่ดีให้ผู้อื่นได้ทราบ) ท่านเลือกซื้ออาหารอีกครั้ง เพราะประทับใจหรือถูกใจจากอาหาร การบริการ ราคาที่เหมาะสม

การซื้ออาหารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป

วิมพุมพกา บุญธนาพิรัชต์ (2560) ธุรกิจ Food Delivery เป็นแนวคิดใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีในการสร้าง Platform และสร้างระบบการบริการแบบเครือข่ายที่มีแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เป็นตัวกลางโดยที่เข้ามาตอบโจทย์ในการส่งอาหารให้กับผู้บริโภคลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนดทำให้ร้านอาหารไม่ต้องจัดการส่งอาหารด้วยเองและผู้บริโภคได้รับความสะดวก กว่าที่ซื้อ

ผ่านช่องทางดั้งเดิม โดยกระบวนการเริ่มนับจากลูกค้าสั่งคำสั่งซื้อ ชำระเงิน ตลอดจนรับอาหาร ภายในเวลาที่กำหนด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัฒน์ สุขขวัญ (2564) ศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยลักษณะของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 แตกต่างกัน และปัจจัยลักษณะของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน ทำให้ ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย ด้านอาหารและภาชนะ ด้านการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อทัศนคติยกเว้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19

ณัฏฐร เจลิมนแดน (2564) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19)ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ LINE MAN รองลงไป ได้แก่ Grab food และ Food Panda ตามลำดับ สำหรับประเภทอาหารที่สั่งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ฟาสต์ฟู้ด รองลงไป คือ อาหารตามสั่ง และ เครื่องดื่มตามลำดับ ทำการสั่งอาหารในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. โดยที่วัย Gen X สั่งอาหารในจำนวนเงินที่มากกว่าวัยอื่น ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยจึงได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด โดยเก็บจากประชาชนที่อาศัยอยู่ใน

อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อตอบแบบสอบถามงานวิจัย ในหัวข้อแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเรื่อง มาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) เป็นค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูล ทัศนคติของประชาชนซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ได้แก่ องค์ความรู้ความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก องค์ประกอบทางพฤติกรรม วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างของทัศนคติของประชาชน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยในหัวข้อ มาตรการป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ช่วงเวลาที่มีการสั่งอาหารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป (Line Man, Grab Food, Food Panda) มากที่สุดคือช่วงอาหารมื้อเที่ยง รองลงมาคือช่วงอาหารมื้อเช้า ส่วนความถี่ในการสั่งอาหารพบว่ามีคำสั่งอาหาร การสั่งซื้ออาหาร 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน มีเพียงเพศทางเลือก LGBT ที่มีการตัดสินใจแตกต่างออกไป ส่วนช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน และเพศหญิง และจากการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า เพศหญิง อายุช่วง 21-38 ปี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับงานของ ณัฏฐิชา เฉลิมแดน (2564) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด

ด้านทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ประชาชนประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีระดับทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ด้านองค์ความรู้ความเข้าใจ คือ การเลือกรับประทานที่วัตถุประสงค์ที่ดีมีคุณภาพ สดใหม่ คือ สิ่งที่ดีกับตัวเองมากที่สุด องค์ประกอบด้านความรู้สึก คือ เลือกรับประทานอาหารที่รสชาติของอาหารทำให้ท่านอยากทานอาหารเพิ่มขึ้นมากที่สุด และองค์ประกอบทางพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร คือ ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารจากการโปรโมชันส่วนลดหรือโครงการของรัฐ มากที่สุด ตามลำดับ

ด้านการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ของกลุ่มประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย และการการเลือกซื้ออาหารเพราะ (การตัดสินใจตัดสินใจเลือกซื้ออาหารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป (Line Man, Grab Food, Food Panda) เพราะว่า ความสะดวกสบาย ไม่ต้องรอ สามารถเลือกซื้ออาหารจากร้านที่ชอบได้อย่างสะดวก) มากที่สุด การเลือกซื้ออาหารอีกครั้ง เพราะประทับใจหรือถูกใจ จากอาหาร การบริการ ราคาที่เหมาะสม และการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเพราะว่ารสชาติอร่อย หน้าตาของอาหาร กลิ่นของอาหาร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ญัตติ รุ่งเสถียรภุช (2559) ศึกษาเรื่อง ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า สอดคล้องกับ รุ่งนภา ชัยธนฤทธิ์ (2563) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้ออาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูลสินค้า ปัจจัยด้านคุณภาพของรูปภาพสินค้า ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างกัน โดยแบ่งผลการวิจัยตามลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 การตัดสินใจซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ย 4.27 มากที่สุดการเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร พบว่า เพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 4.38 มากที่สุด พฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่า เพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 4.39 มากที่สุด(ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ $<.001$ มีค่าน้อยกว่า

0.05) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H1) คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศมีการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างกันลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ด้านเพศ มีการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างกัน และเพศทางเลือกมีการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างจากเพศชายและเพศหญิง

ช่วงอายุ การตัดสินใจซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่าช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี ค่าเฉลี่ย 4.27 มากที่สุด การเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร พบว่าช่วงอายุสูงกว่า 55 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.40 มากที่สุด พฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่าช่วงอายุสูงกว่า 55 ปี มีค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด (ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.146 มีค่ามากกว่า 0.05)

สถานภาพ การตัดสินใจซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่าสถานภาพแต่งงานแล้ว มีค่าเฉลี่ย 4.21 มากที่สุดการเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร พบว่าสถานภาพแยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย 4.20 มากที่สุด พฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่าสถานภาพแต่งงานแล้ว มีค่าเฉลี่ย 4.37 มากที่สุด (ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.217 มีค่ามากกว่า 0.05)

ระดับการศึกษา การตัดสินใจซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่าระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 4.22 มากที่สุดการเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร พบว่าระดับการศึกษาปริญญาโท มีค่าเฉลี่ย 4.27 มากที่สุด พฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่าระดับการศึกษาปริญญาโท มีค่าเฉลี่ย 4.46 มากที่สุด (ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.214 มีค่ามากกว่า 0.05)

อาชีพ การตัดสินใจซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่าอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.46 มากที่สุดการเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร พบว่าอาชีพ ว่างาน มีค่าเฉลี่ย 4.48 มากที่สุด พฤติกรรมหลังการซื้อ พนักงานเอกชน พบว่าอาชีพ มีค่าเฉลี่ย 4.43 มากที่สุด(ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.378 มีค่ามากกว่า 0.05)

รายได้ การตัดสินใจซื้อผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่ารายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีค่าเฉลี่ย 4.37 มากที่สุด การเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร พบว่ารายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.31 มากที่สุด พฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่ารายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.49 มากที่สุด (ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.007 มีค่ามากกว่า 0.05)

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ด้าน ช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 และ สมมติฐานข้อที่ 1.2

วิวัฒนาการ สุขขวัญ (2564) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยลักษณะของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ ต่างกันทำให้ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 แตกต่างกัน และปัจจัยลักษณะของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน ทำให้ ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านอาหารแตกต่างกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กำหนดสมมติฐานเชิงสถิติ คือ ทศนคติของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารระหว่างผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปกับการนั่งรับประทานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านมาตรการป้องกันโรคระบาดในสถานการณ์โควิด 19 ที่มีคุณภาพ

1. ควรมีการออกสอบถามเรื่องคุณภาพการให้บริการของโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสั่งอาหาร
 2. ร้านอาหารควรมีการจัดการร้านที่สะอาดถูกสุขลักษณะเหมาะสมกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างเคร่งครัด
 3. บรรจุภัณฑ์ที่สะอาดสวยงาม ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารทั้งจากการสั่งผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปและการเลือกซื้ออาหารที่ร้านอาหาร
 4. การที่มีเมนูอาหารใหม่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดความน่าสนใจในการรับประทานอาหาร
- ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

จากผลการศึกษาและข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารังต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยตัวแปรอื่นเพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารทั้งจากการสั่งผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปและการเลือกซื้ออาหารที่ร้านอาหาร เช่น คุณภาพการบริการ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ราคาของอาหารจากโปรแกรมสำเร็จสั่งอาหาร รูปแบบการชำระเงินซื้ออาหาร ลักษณะกลิ่นของร้านอาหารที่เหมาะสม การให้บริการของคนส่งอาหาร การติดต่อหากเกิดปัญหาระหว่างการสั่งซื้ออาหาร เป็นต้น
2. ควรมีการกำหนดกลุ่มประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาเฉพาะกลุ่ม เช่น การเก็บข้อมูลแยกเพศและกำหนดขนาดกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน เพื่อศึกษาเพิ่มเติม
3. การศึกษารังนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ข้อคำถามที่น้อยเกินไป ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาจจะทำให้การศึกษาทศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารทั้งจากการสั่งผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปและการเลือกซื้ออาหารที่ร้านอาหาร เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากกว่านี้
4. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการอื่นอาจจะทำให้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค “แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในร้านอาหารและสถานบันเทิง สำหรับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ 5 มกราคม 2564” ค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2564 จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/int_operator/int_operator22_050164.pdf
- กิตติยา อรัญรงค์ (2564) พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร) รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยรามคำแหง [ออนไลน์], ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070098.pdf>
- จิตติวรดา แสงสว่าง พรรณนภา เชื้อบาง เฉวียง วงศ์จินดา สุพรรณษา จิตต์มัน วรพรรณ รัตนทรงธรรม (2564) การศึกษาความต้องการการนำเอนด์ที่ดินหรือนส.3 เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันของผู้ใช้บริการบริษัทในกลุ่มสินเชื่อบีบีเอ็นในประเทศไทย วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 18(4) [ออนไลน์], ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564 จาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/249700>
- ณัฏฐกร เณลิ้มแดน (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ [ออนไลน์], 15(1)(7). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/view/244515>
- ณัฐรจา พงศ์สุพัฒน์ (2561) การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 141(35) รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ [ออนไลน์], ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002030382_9907_9882.pdf
- เพชรินทร์ อยู่เป็นสุข (2561) ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออาหารประเภทฟู้ดทรัค กรณีศึกษาในตลาดนัดหัวมุม ถนนเกษตร-นวมินทร์ กรุงเทพมหานคร วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ 24(5) ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/163074>
- มงคล อัครดิถีฤทธิ์และวรุณ เจตจำเริญชัย (2563) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกิจกรรมการตลาดอสังหาริมทรัพย์มือสอง วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา 25(5) ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564 จาก <http://ojslib3.buu.in.th/index.php/business/article/view/7552>
- รัฐธา หวังศิริเวช (2559) ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ทำการสื่อสารผ่านทาง

- เครือข่ายสังคมออนไลน์) รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ [ออนไลน์], ค้น
เมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031517_5263_3964.pdf
- รุ่งนภา ชัยชนฤทธิ (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์
ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร 76(18) รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยรามมहितล
[ออนไลน์], ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3991/1/TP%20MM.083%202563.pdf>
- วิวัฒน์ สุขขวัญ (2563) ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19
ในเขต กรุงเทพมหานคร 11(3) รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยรามคำแหง [ออนไลน์], ค้นเมื่อ
30 ตุลาคม 2564, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-8/6114154060.pdf>
- วราพร วัฒนชัยรงค์ (2564) ความต้องการและการตัดสินใจซื้อเครื่องตรวจน้ำตาลในเลือดด้วย
ตนเองของผู้ป่วยเบาหวาน ในเขตกรุงเทพมหานคร 11(5) รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัย
รามคำแหง [ออนไลน์], ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก
<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070117.pdf>
- วพิมพุมผกา บุญธนาพีรัชต์ (2560) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รายงานวิจัยสถาบัน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ [ออนไลน์], ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031458_7349_6059.pdf
- สิทธิพันธ์ สันติกุลสุข และ พีรภาวี ทวีสุข (2561) พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้ออาหารกรานอลผ่านร้านค้าออนไลน์ วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564 จาก
https://kukrdb.lib.ku.ac.th/journal/index.php?/KABJ/search_detail/result/20003116
- สำนักงานจังหวัดตาก. ตุลาคม 2564. ประวัติอำเภอแม่สอด [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2564
จาก http://www.tak.go.th/history_maesod.htm
- สำนักงานจังหวัดตาก “ประกาศจังหวัดตาก” (30 กันยายน 2564) [ระบบออนไลน์].
ค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2564 จาก <http://web.tak.go.th/page/downloadtype/32>
- สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (31 กันยายน 2564) [ออนไลน์].
ค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2564 จาก
<https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth>
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ราชกิจจานุเบกษา แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการใน

สถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 34) 29 กันยายน 2564” คั่นเมื่อ 21 ตุลาคม 2564
[ออนไลน์]. จาก www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/235/T_0005.PDF
Chauda i.” รู้จักทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H ตัวช่วยตามหาลูกค้าของธุรกิจออนไลน์”. 5
มีนาคม 2564. [ระบบออนไลน์]. คั่นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2564 จาก
<https://fillgoods.co/payments/no-shop-consumer-behavior-6w1h/>