

**พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากร
ในอำเภอบ้านตาก ก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19**

**Food consumption behavior of the population In Ban Tak district Before
the COVID-19 Crisis and After the COVID-19 Crisis**

ฉัตร กัมพันธ์

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนและหลังการเกิดสถานการณ์โรคระบาด (โควิด-19) (2) ศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยใช้ตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) แยกตามตำบลในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ซึ่งได้นำข้อมูลมาหาการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) รวมทั้งไคสแคว (Chi-square)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 74.8) อายุ 20-30ปี (ร้อยละ 44.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 61.3) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 71.0) ทำอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 30.3) และโดยส่วนมากรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท (ร้อยละ 53)

ด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนสถานการณ์โรคระบาด (โควิด-19) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 43.5 นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมือเย็น คิดเป็นร้อยละ 55.8 นิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเฉลี่ยเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.3 ใช้งบประมาณเฉลี่ยครั้งละ 201-300 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.0 นิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้านประเภท Fast Food อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ขนมจีน KFC คิดเป็นร้อยละ 43.3 นิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้านกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 31.0

ด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังการเกิดสถานการณ์โรคระบาด (โควิด-19) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 56.5 นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมือเย็น คิดเป็นร้อยละ 64.8 นิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเฉลี่ยเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.0 ใช้งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ต่ำกว่า100 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 นิยมไป

รับประทานอาหารนอกบ้านประเภท Fast Food อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ขนมจีน KFC คิดเป็นร้อยละ 45.5 นิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้านกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.3 ได้รับผลกระทบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.5 ไม่รับประทานอาหารนอกบ้านคิดเป็นร้อยละ 60.8

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ งบประมาณในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประเภทของร้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน งบประมาณ ประเภทของร้านอาหาร และ พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ งบประมาณ ประเภทของร้านอาหาร และพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน งบประมาณ ประเภทของร้านอาหาร และ พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ABSTRACT

This research aimed to (1) compare food consumption behavior before and after the epidemic situation (COVID-19) and investigate the relationship of personal factors of the population and their eating behavior outside the home. Using a sample of 400 people and using a (Quota Sampling) separated by sub-districts in Ban Tak District, Tak Province, where data were used to find the (Frequency), (Percentage), (Arithmetic mean) as well as Chi-square.

The results of the study showed that Most of the respondents were female (74.8%), age 20-30 years (44.5%), single status (61.3%), bachelor's degree education (71.0%), employed by private companies / employees (100%). 30.3 each) and most of the monthly income is at 10,000-20,000 baht (53 percent)

In terms of food consumption behavior before the epidemic situation (COVID-19), the study found that Most of the respondents prefer to eat out on weekends and holidays. Accounted for 43.5 percent prefer to eat out for dinner Accounted for 55.8 percent, preferring to eat out on average once a month 43.3% used an average budget of 201-300 baht / time, or 43.0% of the time, preferring to eat out of the home, Fast Food, a la carte dishes such as rice and curry, Rice noodles, KFC, accounting for 43.3%. They prefer to eat out. With family Accounted for 31.0 percent

In terms of food consumption behavior after the epidemic situation (COVID-19) found that after the COVID-19 situation Most of the respondents prefer eating out. On public holidays Accounted for 56 percent prefer to eat out for dinner 64.8 percent prefer to eat out once a month on average. 62.0% used an average budget of less than 100 baht / time, 31.3% preferred to eat out, Fast Food, a la carte, rice with curry, Rice noodles KFC accounted for 45.5%, preferring to eat out with their families. 40.3 percent affected the most, representing 42.5 percent did not eat out, accounting for 60.8 percent.

The results of the hypothesis testing revealed that the personal factors of age It was associated with pre-COVID-19 eating behavior in terms of budget for dining out Type of restaurant With statistical significance at the level of 0.05. There was a significant overall correlation with the pre-COVID-19 eating-out behavior in terms of eating out frequency, budget, restaurant type, and overall pre-COVID-19 eating behavior. Statistically significant at a level of 0.05.

The relationship between eating out behavior after COVID-19 crisis. In terms of age, food consumption behavior in the home after the COVID-19 crisis was related restaurant type budget and food consumption behavior after the COVID-19 crisis in overall was statistically significant at 0.05 level of personal

factors. In terms of income, it was related to eating out behavior after the COVID-19 crisis in terms of eating out frequency, budget, type of restaurants and overall eating out behavior after COVID-19. Statistically significant at a level of 0.05.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมหาศาลและมีทิศทางว่าการรับประทานอาหารนอกบ้านอาจจะน้อยลง โดยการสำรวจล่าสุดของ (บริษัทนิลสัน 2563) ผู้ให้บริการด้านการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค เกี่ยวกับแนวโน้มการรับประทานอาหารนอกบ้านของประเทศในเอเชีย 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย จีนฮ่องกง เกาหลีใต้ มาเลเซีย และเวียดนาม พบว่าส่วนใหญ่แล้วบอกว่าหลังสถานการณ์โควิด-19 บอกว่าคงจะต้องรับประทานอาหารที่บ้าน แต่การรับประทานอาหารที่บ้านไม่ได้หมายความว่าต้องทำอาหารเองทั้งหมด แต่มาจากการซื้ออาหารจากร้านกลับไปรับประทานที่บ้าน หรือว่าสั่งออนไลน์ให้มาส่ง ซึ่งแนวโน้มรับการรับประทานอาหารที่บ้านสาเหตุมาจากความกังวลในเรื่องของการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 และมาตรการรักษาระยะห่างในที่สาธารณะซึ่งพฤติกรรมแบบนี้อาจจะค่อยๆ กลายเป็นความเคยชินของผู้บริโภคและอย่างไรก็ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นยังไม่แน่ว่าจะเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ตามสถานการณ์ของไวรัสโควิด-19

จากสถานการณ์ในช่วงโควิด-19 ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารและการเลือกซื้ออาหารของประชากรในแถบทวีปยุโรป โดยการสำรวจล่าสุดของ (บริษัทนิลสัน 2563) พบว่าประชากรส่วนใหญ่หันมารับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น อาทิเช่น อาหารสดปรุงสุก ผักและผลไม้และยังไปกว่านั้นแนวโน้มการซื้ออาหารยังชี้ให้เห็นว่าครัวเรือนต่างๆ มีการกักตุนสินค้าอุปโภคบริโภคและหันมาประกอบอาหารรับประทานภายในบ้านมากกว่าที่จะออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน

ในประเทศไทยการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคจากวิกฤติโควิด-19ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันไม่ได้เข้าไปมีบทบาทเฉพาะผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและเมืองใหญ่เท่านั้นแต่ยังกระจายไปถึงผู้บริโภคในจังหวัดรองและจังหวัดขนาดเล็กต่างๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมในสังคมและข้อกฎหมายบังคับใช้มีผลให้ประชากรมีความตื่นตัวกับสถานการณ์ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครหลีกเลี่ยงการออกจากบ้านและไปในพื้นที่แออัด มีอัตราการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าลดลง 4% และจับจ่ายผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น 43% ในขณะที่ผู้บริโภคในเขตเมืองต่างจังหวัด มีอัตราการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าต่อเดือนลดลง 2% และจับจ่ายผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น 70% (คนไทยกังวล Covid-19", 2563) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านนั้นลดลงและประชากรไทยหันไปประกอบอาหารรับประทานที่บ้านมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านก่อนและหลังการเกิดสถานการณ์การไวรัสโควิด-19 ของผู้บริโภคชาวอำเภอบ้านตากเพื่อทำความเข้าใจกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านอันเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านอาหารในอำเภอบ้านตาก การศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในอำเภอบ้านตากจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในอำเภอบ้านตาก

สมมุติฐานการวิจัย

จากสภาพปัญหาที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

- 1.ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19
- 2.ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19
- 3..พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 แตกต่างกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19

วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนและหลังการเกิดสถานการณ์โรคระบาด (โควิด-19)
- 2.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทำความเข้าใจกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ด้วยการศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจซึ่งสามารถศึกษาได้จากลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

1.ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวนทั้งหมด 44,823 คน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี,2563) ซึ่งผู้วิจัยทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตาม

สูตรของยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแยกประเภทตามตำบล

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ก่อนการเกิดสถานการณ์โควิด-19 กับหลังการเกิดสถานการณ์การโควิด-19

3. ขอบเขตด้านสถานที่

ในการศึกษาครั้งนี้ ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ภายในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เท่านั้น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน เริ่มตั้งแต่ เดือน ธันวาคม 2563 ถึง มีนาคม 2564

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้ สามารถเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และเพื่อกำหนดขอบเขตของความหมายของศัพท์ในงานวิจัย จึงกำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน หมายถึง การเดินทางไปรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคชาวอำเภอบ้านตาก

ก่อนสถานการณ์โควิด-19 หมายถึง พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค ก่อนที่จะเกิดโรคระบาดโควิด-19

หลังการเกิดสถานการณ์โควิด-19 หมายถึง พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภค หลังการเกิดสถานการณ์โควิด-19 โดยครอบคลุมถึง ช่วงที่สถานการณ์มีความรุนแรงและสถานการณ์เริ่มคลี่คลาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด สำหรับร้านอาหารใน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

2.สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนรับมือกับสถานการณ์ของโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้นอีก สำหรับร้านอาหารใน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ซึ่งมีจำนวน 44,823 คน (ข้อมูลจาก วิกิพีเดีย ปีพ.ศ.2563)

การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรทั้งหมดในอำเภอบ้านตากซึ่งมีจำนวน 44,823 คน (ข้อมูลจาก วิกิพีเดีย ปีพ.ศ.2563) ดังนั้นในการคำนวณขนาดตัวอย่างผู้วิจัยจะคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรแบบทราบจำนวนประชากร (สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และสามารถคำนวณขนาดตัวอย่าง ได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) ผู้ศึกษาได้ทำการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 400 คนโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ เป็นผู้ที่เคยรับประทานอาหารนอกบ้าน คนใดก็ได้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของประชากรที่ต้องการศึกษาให้ครบตามจำนวนที่ทำการศึกษา โดยกระจายแบบสอบถามตามตำบลในเขตอำเภอบ้านตาก 7 ตำบล ดังนี้

ตำบลตากออก ตำบลสมอโคน ตำบลแม่สลิต ตำบลตากตก ตำบลเกาะตะเภา ตำบลทุ่งกระเซาะ ตำบลทองฟ้า โดยจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างในขั้นนี้จะเป็นการกำหนดโควตาของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล โดยประชากร 400 คนจากทั้งหมด 7 ตำบล คิดเป็นตำบลละ $400/7 = 57.14$ ชุด หรือ 58 ชุดต่อ 1 ตำบล

ตัวแปรในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้จะประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนและหลังการเกิดสถานการณ์การโควิด-19

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยแจกให้กับผู้บริโภคใน

อำเภอบ้านตากที่มีการรับประทานอาหารนอกบ้านเนื่องจากต้องการศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน จำนวน 400 ชุด โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ด้วยการใช้แบบสอบถามและให้กลุ่มตัวอย่างดำเนินการตอบแบบสอบถามเอง จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้นำมาบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลโดยโปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS PC)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 74.8) อายุ 20-30 ปี (ร้อยละ 44.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 61.3) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 71.0) ทำอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 30.3) และโดยส่วนมากรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท (ร้อยละ 53)

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19

พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19	Pearson chi-square
พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม	0.573

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศไม่ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19	Pearson chi-square
ท่านรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ครั้งละเท่าใด	0.000*
ประเภทของร้านอาหารที่ท่านชอบไปรับประทานอาหารมากที่สุด	0.000*
ส่วนใหญ่แล้ว ท่านจะบริโภคอาหารนอกบ้านร่วมกับกลุ่มใดมากที่สุด	0.019*

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ งบประมาณเฉลี่ยต่อคนในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประเภทของร้านอาหาร และ กลุ่มคนที่เลือกไปรับประทานอาหารนอกบ้านด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19	Pearson chi-square
ท่านนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ในวันใดมากที่สุด	0.000*
ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านของท่าน	0.000*

ท่านรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ครั้งละเท่าใด	0.000*
ประเภทของร้านอาหารที่ท่านชอบไปรับประทานมากที่สุด	0.000*
ส่วนใหญ่แล้ว ท่านจะบริโภคอาหารนอกบ้านร่วมกับกลุ่มใดมากที่สุด	0.001*
พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม	0.012*

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ วันที่นิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประเภทของร้านอาหาร กลุ่มคน que เลือกไปรับประทานอาหารนอกบ้านด้วย และ พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19

พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19	Pearson chi-square
ส่วนใหญ่แล้ว ท่านจะบริโภคอาหารนอกบ้านร่วมกับกลุ่มใดมากที่สุด	0.022*
จากสถานการณ์โควิด-19ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของท่านอย่างไร	0.010*

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ กลุ่มคน que เลือกไปรับประทานอาหารนอกบ้านด้วย และจากสถานการณ์โควิด-19ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19	Pearson chi-square
ท่านรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ครั้งละเท่าใด	0.000*
ประเภทของร้านอาหารที่ท่านชอบไปรับประทานมากที่สุด	0.000*
ส่วนใหญ่แล้ว ท่านจะบริโภคอาหารนอกบ้านร่วมกับกลุ่มใดมากที่สุด	0.025*
จากสถานการณ์โควิด-19ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของท่านอย่างไร	0.000*
พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม	0.029*

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประเภทของร้านอาหาร กลุ่มคนที่เลือกไปรับประทานอาหารนอกบ้านด้วย จากสถานการณ์โควิด-19ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านในระดับใด และพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19	Pearson chi-square
ท่านนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน ในเมื่อใดมากที่สุด	0.023*
ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านของท่าน	0.005*
ท่านรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยใช้งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ครั้งละเท่าใด	0.000*
ประเภทของร้านอาหารที่ท่านชอบไปรับประทานมากที่สุด	0.001*
จากสถานการณ์โควิด-19ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้าน ของท่านอย่างไร	0.000*
พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม	0.013*

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 ในด้านของ ช่วงเวลาในการไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ประเภทของร้านอาหาร จากสถานการณ์โควิด-19ในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านในระดับใด และ พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านหลังวิกฤติโควิด-19 โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

ความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากรในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ก่อนวิกฤติโควิด-19กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19 ส่วนใหญ่แล้วนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎา โสมนะพันธ์ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ 2556 ที่กล่าวว่า การรับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน 1-3 ครั้ง/เดือน แต่เนื่องจากในปี 2563 เกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้รัฐบาลออกมาตรการต่างๆเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส อาทิ เช่น การปิดสถานที่ การดำเนินการกักกัน เพื่อควบคุม

สถานการณ์การระบาดของโรค ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยน ผู้บริโภครับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลงแต่หันมาใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก Kantar Worldpanel ได้สำรวจผู้บริโภคคนไทย 1,638 ราย อายุระหว่าง 15-49 ปี ที่อยู่อาศัยในเขตเมือง ระหว่างวันที่ 10-16 เมษายน 2563 พบว่าผู้บริโภคสั่งอาหารผ่าน Food Delivery เพิ่มขึ้น 38% เมื่อเทียบกับเมื่อก่อน

งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ในการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-

19

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากรในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ก่อนวิกฤติโควิด-19 ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ย/เดือน อยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท และส่วนใหญ่จะใช้งบประมาณในการบริโภคอาหารนอกบ้าน 201-300 บาท/ครั้ง แต่ภายหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19 ส่วนใหญ่ประชากรจะใช้งบประมาณในการบริโภคอาหารนอกบ้านเพียง 100-200 บาท/ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ ศูนย์วิจัย กลีกรไทย (2563) พบว่า ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยาวนานตั้งแต่ต้นปี 2563 จนมีการประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินของคณะรัฐมนตรี ถึงปัจจุบัน ทำให้ภาคธุรกิจหลายรายต้องปิดกิจการลงชั่วคราวหรือบางรายไม่สามารถรักษาสภาพคล่องได้และต้องปิดกิจการไป จนทำให้มีแรงงานตกงานจำนวนมากราว 3-5 ล้านคน ประกอบกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่อ่อนแรงต่อเนื่องมาก่อนหน้านั้น จากหลายปัจจัยทั้งหนี้ครัวเรือนที่ทรงตัวในระดับสูง ปัญหาการว่างงาน รวมถึงปัญหาภัยแล้งที่กระทบกลุ่มเกษตรกร ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนกดดันการใช้จ่ายของผู้บริโภคแม้ว่าจะมีมาตรการผ่อนปรน

ประเภทของร้านอาหารที่ผู้บริโภคนิยมไปรับประทานก่อนวิกฤติโควิด-19 กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-

19

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากรในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ก่อนวิกฤติโควิด-19 กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19 ส่วนใหญ่ประชากรนิยมรับประทานอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ซึ่งสอดคล้องกับสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต(2563) สำรวจความคิดเห็นของประชาชนเรื่อง อาหารการกินของคนไทย ปี 2020 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,144 คน สัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 1-3 ธันวาคม 2563 พบว่า ในปี 2020 กลุ่มตัวอย่างใส่ใจในการเลือกอาหารการกินมากขึ้น ร้อยละ 79.28 เมินยอดฮิตปี 2020 คือ ข้าวกะเพรา ร้อยละ 57.31 รองลงมาคือ ก๋วยเตี๋ยว ร้อยละ 51.09 มีค่าใช้จ่ายในการกินแต่ละวันไม่เกิน 300 บาท ร้อยละ 77.51 ซึ่งจากผลการสำรวจของดุสิตโพล จะเห็นได้ว่าคนไทยมีพฤติกรรมการกินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อวิถีการดำเนินชีวิต เป็นสาเหตุที่ทำให้คนไทยหันมาใส่ใจการเลือกกินมากขึ้น ทั้งในเรื่องของความสะอาดของอาหาร แหล่งที่มาของวัตถุดิบและคุณค่า

ทางโภชนาการ เห็นได้จากการที่คนไทยนิยมเลือกกินอาหารสุขภาพมากขึ้น เป็นการดูแลสุขภาพและยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการกิน โดยเมนูยอดฮิตในปี 2020 คือ ผักกะเพรา ซึ่งเป็นเมนูที่อร่อย สะดวก และทำง่าย มีวัตถุดิบเพียงไม่กี่อย่าง จึงทำให้ราคาไม่สูง คนไทยได้ปรับตัวและหันมาสนใจการทำอาหารกินเอง โดยการเรียนรู้ทำอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพราะต้องใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น การทำอาหารด้วยตนเอง จึงทำให้มั่นใจถึงความสะอาดและเป็นการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์เพิ่มทักษะและสามารถพัฒนาต่อไปได้ เพื่อสุขภาพที่ดีและชีวิตที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากรในอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ก่อนวิกฤติโควิด-19 กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19 มีความคิดเห็นเสนอแนะ ดังนี้

ความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-19

จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามทานอาหารนอกบ้านเฉลี่ยเพียงเดือนละ 1 ครั้ง ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องสร้างความเชื่อมั่นถึงคุณภาพของอาหารที่เกี่ยวข้องกับรสชาติอาหาร ความสะอาด ถูกหลักอนามัย การบริการ และความหลากหลายของเมนูอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของร้านอาหารได้และจากสถานการณ์โควิด-19 ในปัจจุบันส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคนิยมสั่งอาหารเดลิเวอรี่มากขึ้นแทนการออกมานั่งรับประทานอาหารนอกบ้าน ผู้ประกอบการสามารถใช้โอกาสในจุดนี้ ลดต้นทุนในการบริหารจัดการร้านแล้วมุ่งเน้นไปทางช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและสถานการณ์ในปัจจุบัน

งบประมาณเฉลี่ย (ต่อคน) ในการบริโภคอาหารนอกบ้านก่อนวิกฤติโควิด-19 กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-

19

ผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่อำเภอบ้านตาก ควรคำนึงถึงราคาอาหารที่เหมาะสม ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งบประมาณเฉลี่ยในการบริโภคอาหารนอกบ้านอยู่ที่ 100-300 บาท/ครั้ง เพื่อให้อาหารที่ผู้บริโภคได้รับมีคุณภาพและคุ้มค่ากับราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่ายไป

ประเภทของร้านอาหารที่ผู้บริโภคนิยมไปรับประทานก่อนวิกฤติโควิด-19 กับหลังการเกิดวิกฤติโควิด-

19

ประเภทของร้านอาหารส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมคือ ร้านอาหารประเภทฟาสฟู้ด ขณะที่อีกจำนวนหนึ่งมีความต้องการอาหารบุฟเฟต์ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารอาจจะประยุกต์เข้าด้วยกัน โดยที่อาหารบุฟเฟต์จะเสริมเมนูอาหารฟาสฟู้ดเข้าไปด้วย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านต่างๆขึ้นมา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับร้านอาหารประเภทฟาสฟู้ดในรูปแบบใหม่ๆออกมา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตและจังหวัดอื่นๆของประเทศไทยด้วย เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
2. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลเพียงปัจจัยเดียวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆด้วย เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ

บรรณานุกรม

ศิริวรรณ เสงีรัตน์. (2538). ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา

ศิริวรรณ เสงีรัตน์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา

พรชนก จันท์พรหม. (2544) การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพมหานคร ในช่วงสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ. คลังข้อมูลนักวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สืบค้นจาก <https://scholar.utcc.ac.th/handle/6626976254/1675>

อรรคเดช อภัยภักตร์. (2556) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน.

มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สืบค้นจาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/2176>

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2559) พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน

ของผู้บริโภคชาวนครศรีธรรมราช. หน่วยวิจัยการบริโภคและเศรษฐกิจยั่งยืน สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ประวิไลดา วิกฤษพัฒน์ (2555) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.

สืบค้นจาก <https://so01.tcithaijo.org/index.php/AEJ/article/view/10308/9327>

กฤษฎา โสมนะพันธุ์ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556) แรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทย
นอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด
และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม 2556)

สืบค้นจาก <http://thaiejournal.com/journal/2556volumes4/41.pdf>

จารึก ศรีอรุณ. (2563). สวนดุสิตโพล อาหารการกินของคนไทย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

สืบค้นจาก. <https://www.ryt9.com/s/sdp/3181964>

ศิริวรรณ สิริธรรม. (2550). พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.

(วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

Tipsawate, S. (2004). *Factors Affecte to Needs and Restaurant Consumption Behavior of Consumer*

In Muang District, Saraburi. (Master's Thesis). Thammasat University, Bangkok (in Thai).

Chainit, S. (2003). *Behavior of Going Out for Dinner of Consumer in Chiang Mai City Municipality,*

*Chiang Mai. Master of Business Administration Independent Study, Graduate School, Chiang
Mai University. (in Thai).*

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ผลของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ต่อธุรกิจการให้บริการ แบบ OnDemand

ภาคปี 2563 มูลค่ารวมสูงถึง 1.42 แสนล้านบาท

สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3099.aspx>.