

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง
ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น**
**Factors Affecting Decision-Making on Choosing Grilled-Style Buffet
Restaurants of Consumers in Khon Kaen Province**

ลักขณ โยดแคล้ว

Lagkhano Yodclaew

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการกีฬาและเ็นเตอร์เทนเมนต์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: Lagkhano.Yod @neu.ac.th

วันที่รับบทความ(Received)	วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)	วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
19 ตุลาคม 2564	22 เมษายน 2565	12 พฤษภาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น และ2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่นจำแนกตามอายุ รายได้ และอาชีพ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่น จำนวน 384 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สถิติเชิงการทดสอบ F-Test หรือ One way ANOVA และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบสเต็ปไวส์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่นมีปัจจัยที่สำคัญ 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ความสดใหม่ของอาหาร อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดและสวยงาม ความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง ความสะอาดของอาหาร แก้ไขปัญหาของลูกค้า ร้านอาหารมีความสะอาดและมีเวลาเปิด – ปิดร้าน ตามลำดับ 2) ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอายุ รายได้ และอาชีพ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ผู้บริโภค, การตัดสินใจ, ร้านอาหารแบบบุฟเฟต์

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) to analyze the factors affecting decision-making on choosing grilled-style buffet restaurants of consumers in Khon Kaen province and 2) to compare the factors affecting decision-making on choosing grilled-style buffet

restaurants of consumers in Khon Kaen province classified by age, income and occupation by collecting questionnaire from grilled-style buffet consumers in Khon Kaen province. The sample group consisted of 384 grilling puffed consumers in Khon Kaen province. The statistics used to analyze data comprised percentage, mean, F-Test or One way ANOVA and Stepwise Multiple Regression Analysis. The research results were found that: 1) The factors affecting decision-making on choosing grilled-style buffet restaurants of consumers in Khon Kaen province consisted of 7 important factors as follows: 1) the freshness of food, 2) clean and beautiful equipment or utensils, 3) fast seating, 4) food cleanliness, 5) customer problem solving, 6) clean restaurant and 7) shop opening and closing on time. 2) The results of opinion comparison on the factors affecting decision-making on choosing grilled-style buffet restaurants of consumers in Khon Kaen province classified by age, income and occupation as a whole were not significantly different at the .05 level.

Keywords: Consumer, Decision-making, Buffet Restaurant

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยมูลค่าหมุนเวียนที่ไม่ต่ำกว่า 4 แสนล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.7 ของภาคบริการทั้งหมดของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในปี 2563 ขยายตัวร้อยละ 1.4 ถึง 2.4 จากปี 2562 จากการลงทุนของผู้ประกอบการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ธุรกิจร้านอาหารยังคงมีโอกาสเติบโตและทำกำไรได้สูง และมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผสมกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้นทุกปี ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการรายใหม่ เข้าสู่ตลาดธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไปไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับรสชาติและคุณภาพของอาหาร แต่ยังต้องคำนึงถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ธุรกิจร้านอาหารก็ยิ่งถือว่าเป็นตลาดที่มีความท้าทายสูง โดยโอกาสในความสำเร็จในธุรกิจดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญ เช่น ช่องทางการทำตลาดที่หลากหลาย การบริหารจัดการต้นทุนและวัตถุดิบของร้าน รวมถึงมาตรฐานของการป้องกันโควิดในทุก ๆ จุดของบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ การปรุง การจัดส่ง เพราะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคคงจะเลือกซื้อจากผู้ประกอบการที่ทำเรื่องดังกล่าวได้อย่างน่าเชื่อถือมากกว่า

อาหารมีความจำเป็นต่อร่างกายและการดำรงชีวิตของมนุษย์และเป็นปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญมาก การที่เราจะเจริญเติบโต มีสุขภาพที่แข็งแรง จะต้องบริโภคอาหารที่มีประโยชน์และมีความจำเป็นต่อร่างกายได้อย่างเหมาะสมตรงตามหลักโภชนาการ ไม่เช่นนั้นแล้วร่างกายของเราก็จะไม่สมบูรณ์แข็งแรง ส่งผลกระทบต่อระบบต่าง ๆ ในร่างกายทำให้เกิดโรคได้ ในการรับประทานอาหาร นอกจากจะต้องคำนึงถึงพลังงานที่ได้รับแล้ว

ยังจะต้องกินอาหารให้ครบถ้วนทุกประเภท ในสัดส่วนที่เหมาะสม และมีปริมาณที่เพียงพอตามที่ร่างกายต้องการ การบริโภคอาหารของคนไทยในปัจจุบัน เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสภาพสังคม วัฒนธรรม และความเจริญทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น จากวิถีชีวิตที่เคยรับประทานอาหารทั้งครอบครัวในบ้านปัจจุบัน ก็เปลี่ยนเป็นการเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น เพื่อความสะดวกสบายและความรวดเร็ว ประกอบกับไม่มีเวลาในการประกอบอาหารด้วยตนเอง

บุฟเฟต์ (Buffet) เป็นการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในธุรกิจร้านอาหาร โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกรับประทานได้ตามสะดวกด้วยการบริการตนเองโดยอาจมีการจำกัดระยะเวลาในการรับประทานอาหารหรือไม่มีการจำกัดระยะเวลา ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละร้านค้า และสามารถเลือกรับประทานได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น บุฟเฟต์เนื้อย่างเกาหลี ที่มีให้เลือกหลากหลายสไตล์ ปัจจุบันความนิยมในการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่น เห็นได้ชัดจากปริมาณร้านอาหารประเภทปิ้งย่างที่มีมากขึ้นสามารถพบได้ทั่วไปในชุมชนเมือง และนอกเมืองไม่ว่าจะเป็นในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ทั่วไป มีหลากหลายทั้งผู้ประกอบการรายเล็กไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สนใจเข้ามาเริ่มธุรกิจในตลาดอย่างต่อเนื่อง (ณัฐกฤติ นิธิประภา, 2562) ปี 2564 ธุรกิจร้านอาหารจะได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสำคัญไปยังการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ แต่สภาพแวดล้อมธุรกิจร้านอาหารยังมีความท้าทายสูงจากความเสี่ยงของโควิด-19 และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังอ่อนแอ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อร้านอาหารแต่ละประเภทในรูปแบบที่ต่างกัน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จากผลที่ศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มาใช้ บริการให้เกิดความประทับใจและต้องการมาใช้บริการซ้ำ และใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแบบยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่นจำแนกตามอายุ รายได้ และอาชีพ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างแตกต่างกัน

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นจำนวน 384 ราย ซึ่งคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.cochran (Sincharu, T., 2014) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยวิธีการใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลและแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล จำแนกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง ในเขตจังหวัดขอนแก่น มี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดหน่วย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) ส่วนที่ 3: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) สถิติที่ใช้คือการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F- test หรือ One way ANOVA และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 384 คน ผลการวิจัยพบว่า เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.40 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.10 ในส่วนของระดับการศึกษา พบว่า สำเร็จการศึกษาระดับ

ปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.70 เมื่อพิจารณาถึงอาชีพ พบว่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.30 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.30

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น พบว่า มี 7 ปัจจัย โดยทั้ง 7 ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 41.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบสเต็ปไวส์ (Stepwise-Multiple Regression Correlation Coefficient) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	sig
(Constant)	1.262			5.938	.000
1 อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการ สะอาดและสวยงาม	.164	.044	.208	3.737	.000
2 ความสดใหม่ของอาหาร	.225	.049	.286	4.625	.000
3 มีความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง	.136	.035	.168	3.906	.000
4 แก้ไขปัญหาของลูกค้า	.110	.038	.144	2.909	.004
5 ร้านอาหารมีความสะอาด	.106	.041	.141	2.584	.010
6 มีเวลาเปิด - ปิดร้าน	.091	.035	.116	2.598	.010
7 ความสะอาดของอาหาร	-.126	.052	-.148	-2.402	.017

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น คือ ความสดใหม่ของอาหาร อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดและสวยงาม ความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง ความสะอาดของอาหาร แก้ไขปัญหาของลูกค้า ร้านอาหารมีความสะอาด และมีเวลาเปิด - ปิดร้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.030	4	.758	3.426	.009
	ภายในกลุ่ม	83.802	379	.221		
	รวม	86.832	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.871	4	.468	1.474	.209
	ภายในกลุ่ม	120.235	379	.317		
	รวม	122.106	383			
ด้านสถานที่จัดหน่วย	ระหว่างกลุ่ม	2.098	4	.524	1.908	.108
	ภายในกลุ่ม	104.207	379	.275		
	รวม	106.305	383			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.270	4	.318	.971	.424
	ภายในกลุ่ม	123.991	379	.327		
	รวม	125.262	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.861	4	.965	3.567	.007
	ภายในกลุ่ม	102.560	379	.271		
	รวม	106.421	383			
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.071	4	.518	1.940	.103
	ภายในกลุ่ม	101.147	379	.267		
	รวม	103.217	383			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.960	4	.990	3.988	.004
	ภายในกลุ่ม	94.096	379	.248		
	รวม	98.057	383			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.636	4	.409	1.726	.143
	ภายในกลุ่ม	89.800	379	.237		
	รวม	91.436	383			

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นที่มีอายุต่างกัน โดยรวมทั้ง 7 ด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นทั้ง 7 ด้านโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.093	4	.273	1.208	.307
	ภายในกลุ่ม	85.739	379	.226		
	รวม	86.832	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.356	4	1.339	4.346	.002
	ภายในกลุ่ม	116.751	379	.308		
	รวม	122.106	383			
ด้านสถานที่จัดหน่วย	ระหว่างกลุ่ม	6.367	4	1.592	6.036	.000
	ภายในกลุ่ม	99.938	379	.264		
	รวม	106.305	383			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.476	4	1.369	4.331	.002
	ภายในกลุ่ม	119.786	379	.316		
	รวม	125.262	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.697	4	1.174	4.375	.002
	ภายในกลุ่ม	101.725	379	.268		
	รวม	106.421	383			
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.962	4	.490	1.836	.121
	ภายในกลุ่ม	101.255	379	.267		
	รวม	103.217	383			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.701	4	.925	3.717	.006
	ภายในกลุ่ม	94.355	379	.249		
	รวม	98.057	383			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.915	4	.229	.958	.431
	ภายในกลุ่ม	90.521	379	.239		
	รวม	91.436	383			

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นที่มีรายได้ต่างกัน โดยรวมทั้ง 7 ด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่านัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก

ร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นทั้ง 7 ด้านโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.054	5	.411	1.832	.106
	ภายในกลุ่ม	84.778	378	.224		
	รวม	86.832	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.661	5	.732	2.337	.041
	ภายในกลุ่ม	118.445	378	.313		
	รวม	122.106	383			
ด้านสถานที่จัดหน่วย	ระหว่างกลุ่ม	4.084	5	.817	3.021	.011
	ภายในกลุ่ม	102.220	378	.270		
	รวม	106.305	383			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.280	5	.456	1.402	.223
	ภายในกลุ่ม	122.982	378	.325		
	รวม	125.262	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.050	5	.210	.753	.584
	ภายในกลุ่ม	105.371	378	.279		
	รวม	106.421	383			
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.585	5	.317	1.179	.319
	ภายในกลุ่ม	101.633	378	.269		
	รวม	103.217	383			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.714	5	.143	.554	.735
	ภายในกลุ่ม	97.343	378	.258		
	รวม	98.057	383			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.061	5	.212	.887	.490
	ภายในกลุ่ม	90.375	378	.239		
	รวม	91.436	383			

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นที่มีอาชีพต่างกัน โดยรวมทั้ง 7 ด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่า

นัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างในเขตจังหวัดขอนแก่นทั้ง 7 ด้านโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่นพบว่าปัจจัยที่สำคัญ 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ความสดใหม่ของอาหาร 2) อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดและสวยงาม 3) ความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง 4) ความสะอาดของอาหาร 5) แก้ไขปัญหาของลูกค้า 6) ร้านอาหารมีความสะอาด และ 7) มีเวลาเปิด – ปิดร้าน ส่วนผลเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอายุ รายได้ และอาชีพ โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จาก 7 ปัจจัยได้จัดกลุ่มปัจจัยที่สำคัญออกเป็น 5 ด้านที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร และความสดใหม่ของอาหาร ด้านสถานที่ ได้แก่ มีเวลาเปิด – ปิดร้าน ด้านบุคลากร ได้แก่ แก้ไขปัญหาของลูกค้า ด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง และด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ร้านอาหารมีความสะอาด และมีอุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดและสวยงาม ซึ่งจากข้อที่ค้นพบได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิษฐ์ เชยคำดีดี และชญาภัทร ก่ออารีโย (2561) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารริมลำ ประกอบ ด้วยด้านผลิตภัณฑ์ คือ รสชาติอาหาร ด้านราคามากสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ของอาหาร ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ระยะเวลาเปิด - ปิดร้านฯ ด้านส่งเสริมการตลาด มากสุด คือ การลดราคาอาหารตามเทศกาลต่าง ๆ ด้านบุคลากรมากที่สุด คือ มีความเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการลูกค้า ด้านการบริการมากที่สุด คือ มีบริการรับรองโต๊ะล่วงหน้า และด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด คือ มีแสงสว่างที่เพียงพออากาศเย็นสบายภายในร้าน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมา เสนทอง และคนอื่นๆ (2564) จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกร้านหมูกระทะของนักศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในหัวข้อ ปริมาณอาหารมีความเหมาะสม เป็นปัจจัยที่มีผลในการเลือกร้านหมูกระทะของนักศึกษามากที่สุด รองลงมา คือปัจจัยด้านราคา คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานมีความใส่ใจในการบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และปัจจัยที่มีผลในการเลือกร้านหมูกระทะของนักศึกษาน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย คือ สถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชยา ทองลัมพ์ (2559) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร กระบวนการและความสะอาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยบริการ ส่งถึงบ้าน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้าน ยังสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ Bilog (2017) พบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารบุฟเฟต์ในภูมิภาคตาเวา ประเทศฟิลิปปินส์ ให้ความสำคัญด้านความสะอาดเป็นประโยชน์สูงสุดโดยคำนึงถึงคุณลักษณะของร้านอาหารบุฟเฟต์ทั้งสิ้นด้าน ได้แก่ ลักษณะของ อาหาร คุณภาพของอาหาร ราคา และความสะอาด ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาสินี พิพัฒน์พัลลภ, เอก บุญเจือ และ วรทัต วินิจ (2558) ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง สไตล์ญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า 1) ความเร็วในการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 2) ราคาอาหารบุฟเฟต์ 3) คุณภาพของอาหาร ความรวดเร็วในการชำระเงิน และ 5) ทำเลของสถานที่ตั้งห้องอาหาร ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐศาสตร์ ปัญญาณะ และ วุชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (2562) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคาในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลลดา มงคลวนิช, จักขณา พรายแก้ว และ ปุณณภา กนกวลัยวรรณ (2560) พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรม ประกอบด้วย ความรวดเร็วในการให้บริการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาของอาหารบุฟเฟต์ ประการที่สามคือ คุณภาพของอาหาร ประการที่สี่คือ ความรวดเร็วในการชำระเงินและบรรยากาศภายในห้องอาหารตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ มีดังนี้

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง ผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทปิ้งย่าง สามารถนำข้อมูลมาวางแผนการตลาดได้ดังนี้ 1) อาหารต้องมีความสดใหม่ 2) อุปกรณ์หรือภาชนะที่ใช้ในการบริการสะอาดและสวยงาม 3) มีความรวดเร็วในการจัดที่นั่ง 4) อาหารต้องสะอาด 5) แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ 6) ร้านอาหารต้องมีความสะอาด และ 7) ต้องมีเวลาเปิด – ปิดร้านที่ชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มาใช้ บริการให้เกิดความประทับใจ และต้องการมาใช้บริการซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจ. (2562). *ธุรกิจร้านอาหารบิฟเฟต์วิเคราะห์ธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2564, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201902.pdf.
ชลลดา มงคลวนิช, จักขณา พรายแก้ว และ ปุณณภา กนกวลัยวรรณ. (2560). ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารกระแสนวัตกรรม*, 18(33), 81-95.

- ณัฐกฤติ นิธิประภา. (2562). *สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจปี 2562*. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190328081528.pdf.
- ณัฐศาสตร์ ปัญญานะ และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(1), 53-66.
- ปัทมา เสนทอง ,กิตติ สุวรรณโณ , ชิน ศรีมัลลานนท์ ,ฐิตาพร มณีคง ,ธนกร ชูกระชั้น , มานิตา โชติวงศ์ ,รุ่งจิรา สุขแปะเจ้า , วัชรียวนนเศษ และ นัฐลิกา เฟื่องรักษ์ .(2564). ที่มีผลในการเลือกร้านหมูกระทะบุฟเฟต์และปัจจัยสภาพแวดล้อมในร้านหมูกระทะบุฟเฟต์ที่มีผลต่อสุขภาพของนักศึกษา. *มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี. วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา)*, 21(1), 180-192.
- วิทยา ทองลัพท์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).*
- วิลาสินี พิพัฒน์พัลลภ, เอก บุญเจือ และ วรภัท วินิจ. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง สไตล์ญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่. *CMU Journal of Business*, 1(4), 212–288.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารเผชิญกับโจทย์ท้าทายสูง และรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนไป คาดมีมูลค่า 4.37 – 4.41 แสนล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3067.aspx>.
- อกนิษฐ์ เขยคำดีดี และชญาภัทร ก่ออารีโย. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารริมชายหาดอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 5(1), 39-58.
- Bilog, D. Z. (2017). Investigating Consumer Preferences in Selecting Buffet Restaurants in Davao Region, Philippines. *Journal of Administrative and Business Studies*, 3(5), 221–233.
- Sincharu, T. (2014). Research and analysis of statistical data with SPSS and AMOS (15th ed.). Bangkok: Business R&D.