

พฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคอาหาร และความตั้งใจซื้ออาหารซ้ำของผู้บริโภค Gen-X และ Gen-Y ในช่วงสถานการณ์โควิด-19

FOOD PURCHASING BEHAVIOR AND REPURCHASE INTENTION OF GENERATION X AND GENERATION Y DURING THE COVID-19 PANDEMIC SITUATION

พริญา ศรีเพชร 6350112

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D., ตริยुทธ พรหมศิริ, Ph.D., สาวิตรี สันติพิริยพร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหาร และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาซื้ออาหารซ้ำในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของผู้บริโภค Gen-X และ Gen-Y ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T-Test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 22 – 44 ปี เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520–2542 ซึ่งถือเป็นกลุ่ม Gen-Y โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท พฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหาร ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในด้านการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหาร ส่วนใหญ่ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารจากร้านที่มีราคาบอกไว้ชัดเจน ด้านระดับราคาของอาหาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านวิธีการชำระเงิน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารจากร้านค้าที่สามารถจ่ายผ่านระบบ Mobile Banking ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในด้านต่างๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความตระหนักด้านสุขภาพมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านคุณภาพอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาด และ

ด้านการรับรู้คุณค่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารซ้ำ ผู้บริโภครุ่นส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดของร้านอาหารที่ให้บริการ และมาตรการการป้องกันโรคติดต่อของร้านอาหารมากที่สุด ความตั้งใจซื้ออาหารซ้ำในช่วงสถานการณ์โควิด-19

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร การรับรู้คุณค่า ความตระหนักด้านสุขภาพ การส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์ราคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความตั้งใจซื้ออาหารซ้ำ ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของผู้บริโภค Gen-X และ Gen-Y ผลการทดสอบสมมติฐานจากการถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารซ้ำในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของทั้งในกลุ่มผู้บริโภค Gen-X และ Gen-Y คือ ปัจจัยด้านความตระหนักด้านสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความตั้งใจซื้อซ้ำ/ พฤติกรรมการใช้จ่าย/ โควิด-19

