การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี

The decision making in selecting Chuenchom Bar Restaurant of people in Ubon Ratchathani province.

อภินันท์ ศรีมันตะ

Apinan srimanta

บทคัดย่อ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรนจังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคล ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-40 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท พฤติกรรมการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี ประเภทอาหารที่นิยมสั่งเพื่อรับประทานส่วนใหญ่ คือ อาหารประเภททอด การเลือกใช้บริการ โดยได้รับข่าวสารของร้านอาหารจากช่องทางส่วนใหญ่ คือ Facebook เหตุผลที่ท่านเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ เพื่อนัดพบปะ

สังสรรค์ วันที่นิยมเข้าใช้บริการส่วนใหญ่ คือ เสาร์ – อาทิตย์ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ 1,001-2,000 บาท

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินการได้โดยการพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจ หรือการขยายธุรกิจเดิมด้วยการต่อยอดสินค้าหรือบริการที่ทำอยู่ให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนาหรือสร้างสรรค์สินค้าไปสู่การต่อยอดให้กับธุรกิจ สำหรับภาคธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีการให้บริการ ความเอาใจใส่ และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า ซึ่งการบริการจะเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับการปฏิบัติของผู้บริการที่ต้องทราบความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด โดยอาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยในปัจจุบันพบว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี มีผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเวลากลายเป็นข้อจำกัด นการดำเนินชีวิตทำให้ผู้คนในปัจจุบันมีความเร่งรีบมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับธุรกิจร้านอาหาร เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังเติบโตท่ามกลางการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ทั้งมาตรการล็อกดาวน์ตลอดจนการทำงานที่บ้านประกอบกับมีแพลตฟอร์มร้านอาหารเดลิเวอรี่ที่ช่วยอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนมูลค่าตลาดบริการร้านอาหารเดลิเวอรี่ในประเทศไทยในปี 2564 เพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62 (Marketeer, 2564)

พฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เป็น

ผลทำให้พฤติกรรมการรับประทานอาหารได้เปลี่ยนแปลงไป โดยมีผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่รีบเร่งเพื่อแข่งขันกับเวลา ต้องการความสบายและความสะควกรวดเร็วในการดำเนินชีวิต เพื่อให้การดำเนินชีวิตเป็นไปในรูปแบบที่ง่ายขึ้น ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการร้านอาหาร เพราะมนุษย์นั้นต้องทำงานแข่งขันกับเวลา จนเวลาไม่พอหรือไม่มีเวลาในการประกอบอาหาร หรืออาจด้วยเหตุผลอื่น เช่น ต้องการรับประทานอาหารร่วมกับครอบครัว ความต้องการรับประทานอาหารที่ให้ความรู้สึกแตกต่างจากเดิม ต้องการอาหารที่มีรสชาติดี หรืออาจด้วยเหตุผลอื่น ๆ และด้วยวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิมจึงส่งผลให้ผู้คนส่วนใหญ่นิยมเปลี่ยนมาทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มลดความรุนแรงของเชื้อไวรัส ส่งผลให้ผู้คนในประเทศไทยเริ่มออกมานอกบ้านมาจับจ่ายใช้สอยกันเพิ่มมากขึ้น ทั้งการผ่อนปรนล็อคดาวน์ที่ช่วยให้ร้านอาหารแบบสไตล์ห้องแอร์ได้มีเวลาขายเพิ่มมากขึ้น โดยจากข้อมูลสถิติรายได้และรายจ่ายของคนไทยในปี พ.ศ. 2564 พบว่า คนไทยมีการใช้จ่ายค่าเพื่อการอุปโภคบริโภคถึงร้อยละ 87 ของรายได้ทั้งหมด และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคอีกร้อยละ 13 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจออกมาเมื่อปี พ.ศ.2564

สำหรับร้านอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ และมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต โดยเป็นสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ที่ไม่สามารถประกอบอาหารได้ด้วยตนเอง จึงทำให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในธุรกิจร้านอาหาร หนึ่งในรูปแบบร้านอาหารที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องคือ ร้านอาหารกึ่งผับบาร์ ซึ่งเป็นแบบนั่งรับประทานที่ร้าน และจากการที่ธุรกิจร้านอาหารกึ่งผับบาร์กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากอาหารสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างดี นอกจากด้านรสชาติที่ถูกปากผู้บริโภคแล้ว อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารกึ่งผับบาร์เป็นที่นิยมนั้นคือ มาตรฐานที่คงที่ รวมไปถึงด้านกระบวนการให้บริการของทางร้าน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าทั้งเครื่องดื่ม ดนตรี และบรรยากาศที่เต็มไปด้วยความบันเทิง สังสรรค์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ลูกค้าให้ความใส่ใจมากจึง

ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารกึ่งผับบาร์ต้องคำนึงถึง ดังนั้นร้านอาหารจึงควรมีรูปแบบการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยเติมเต็มให้ธุรกิจอาหารดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น เป็นกระบวนการบริหารจัดการตามนโยบายของธุรกิจที่ได้กำหนด และมีแผนกลยุทธ์ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้กับพนักงานดำเนินการตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดและบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน เป็นกระบวนการสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและพัฒนาให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพต่อไป

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ และการค้าอย่างรวดเร็ว ทั้งยังมีจำนวนของประชากรเพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่นหรือนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น ซึ่งมีการเติบโตของธุรกิจต่างๆ มากมาย และเป็นหนึ่งในจังหวัดที่เป็นพื้นที่ตั้งของร้านอาหารชื่นชมบาร์ ประกอบกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิมจึงส่งผลให้คนอุบลราชธานีส่วนใหญ่นิยมเปลี่ยนมาทานอาหารนอกบ้าน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีมีการแข่งขันกันสูงขึ้น โดยข้อมูลจำนวนสถานประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี เมื่อพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนสถานประการการทั้งสิ้น 53,006 แห่ง โดยธุรกิจการบริการอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 10.4 ซึ่งเป็นอันดับที่สามรองจากธุรกิจขายปลีกและการผลิต (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) จากสถานการณ์ดังกล่าวประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผลักดันให้ผู้ประกอบการในเครือข่ายร้านอาหารต่างๆ จำเป็นต้องมีการปรับแผนธุรกิจการตลาดเพื่อให้รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่ได้ โดยการเพิ่มช่องทางการสั่งอาหารและความหลากหลายของประเภทอาหาร รวมไปถึงการรักษาคุณภาพของการบริการให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคพึงพอใจ เพื่อเพิ่มโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคล ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี

3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาตัวแปรต้น ในด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านพฤติกรรม หมายถึง สิ่งสำคัญของการทำ 'ธุรกิจ' หนึ่งในเรื่องที่ไม่ว่าใครต่อใครก็พูดกันก็คือการรู้ว่า 'กลุ่มเป้าหมาย' ของเราเป็นใครมีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อที่ธุรกิจของเราจะได้เข้าไปตอบสนองความต้องการเหล่านั้นและส่งผลย้อนกลับมาถึงกำไรของธุรกิจในที่สุดแต่ปัญหาของผู้ประกอบการใหม่ๆ ก็คือเราจะรู้ได้ไงว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสินค้าหรือการบริการของเราเป็นใครและพวกเขามีพฤติกรรมอย่างไรที่เราจะสามารถเข้าไปตอบสนองได้ (6W1H)

1. Who ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย
2. What ผู้บริโภคซื้ออะไร
3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ
4. Who ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ
5. When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

7. How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ตัวแปรต้น

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 พฤติกรรมการบริโภคในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย Who ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย, What ผู้บริโภคซื้ออะไร, Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ, Who ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อม, When ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด, Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน, และ How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ตัวแปรตาม

เป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจ ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search)

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative)

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

ขอบเขตประชากร

1. ประชากรจังหวัดอุบลราชธานีมีทั้งหมด 1,866,697 คน อ้างอิงจากสำหนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี (พ.ศ 2563)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านชื่นชมบาร์ 400 คน คำนวณจาก สูตร Taro Yamane (ทาโร่ ยามาเน่)

ในการศึกษานี้มีแนวคิด ทฤษฎี จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรณีศึกษา รวมถึงรวบรวมข้อมูลสำหรับการ

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กำหนดแนวทางและระเบียบวิธีวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกับตัดสินใจซื้อ

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารชื่นชมบาร์

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษา การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคล ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี ศึกษาพฤติกรรมการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี และศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด มาดำเนินการวิเคราะห์และใช้ในการวิจัย คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ของประชากรในจังหวัดอุบลราชธานี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และเพศชาย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 มีอายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมาคือ มีอายุ 41-60 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอายุ 61 ปี ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และมีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 171 คน ร้อยละ 42.75 มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

10,001 - 20,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ประชาชนที่ใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ประเภทอาหารที่นิยมสั่งเพื่อรับประทานส่วนใหญ่ คือ อาหารประเภททอดจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมาคือ อาหารประเภทยำ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และอาหารประเภทต้ม และอาหารประเภทของหวาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 การเลือกใช้บริการโดยได้รับข่าวสารของร้านอาหารจากช่องทางส่วนใหญ่ คือ Facebook จำนวน 187 คน ร้อยละ 46.75 Instagram จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และ Line จำนวน 87คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 เหตุผลที่ท่านเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ เพื่อนัดพบปะสังสรรค์จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 ชื่นชอบในรสชาติของอาหาร จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 วันที่นิยมเข้าใช้บริการส่วนใหญ่ คือ เสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 304 คน ร้อยละ 76.00 และจันทร์ – ศุกร์ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 เดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 สัปดาห์ละ 1-2 ครั้งจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และเป็นประจำทุกวัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 124 คน ร้อยละ 31.00 เพื่อน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ครอบครัว จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และคู่สมรส/แฟน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านใช้บริการร้านอาหารส่วน

ใหญ่ คือ 1,001-2,000 บาทจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 501-1,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75ค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

3. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 การรับรู้ปัญหา การตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการประเมินผลทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

3.1 การรับรู้ปัญหา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านใช้บริการร้านอาหารเมื่อต้องการดื่มแอลกอฮอล์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา คือ ท่านใช้บริการร้านอาหารเมื่อต้องการนั่งฟังดนตรี และท่านใช้บริการร้านอาหารเมื่อต้องการรับประทานอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และท่านใช้บริการร้านอาหารเพื่อต้องการพูดคุยพบปะกับเพื่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

3.2 การแสวงหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านได้ค้นหาข้อมูลของร้านอาหารชื่นชมบาร์ทางอินเตอร์เน็ต เช่น เฟสบุ๊คเพจของร้าน มากพอในการที่จะตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ ท่านจะศึกษาข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น อินสตาแกรม และติ๊กต็อกก่อนใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ท่านจะสอบถามข้อมูลจากเพื่อนหรือครอบครัวก่อนที่ใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และท่านจะไม่ใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์จนกว่าจะได้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารก่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ

3.3 การประเมินผลทางเลือกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านจะเลือกใช้บริการร้านอาหารโดยดูจากอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ ท่านเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์โดยให้เพื่อน หรือครอบครัวของท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และท่านจะเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยดูจากบรรยากาศภายในร้านเป็นเกณฑ์เป็นเกณ ฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และท่านจะเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยดูจากแนวดนตรีที่เปิดภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

3.4 การตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านจะใช้บริการร้านอาหารที่มีความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ ท่านจะใช้บริการร้านอาหารที่ให้ความรู้สึกเพลิดเพลินและสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ท่านจะใช้บริการร้านอาหารที่สามารถสร้างความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และท่านจะใช้บริการร้านอาหารที่ได้รับความนิยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

3.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เมื่อท่านใช้บริการร้านอาหารแล้วพบว่าดี ท่านจะเขียนรีวิวการไปใช้บริการร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ เมื่อใช้บริการร้านอาหารแล้วพบว่า มีปัญหาท่านจะบอกไม่ให้ผู้อื่นมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อท่านใช้บริการร้านอาหารแล้วพบว่าดี ท่านจะกลับไปใช้บริการอีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และเมื่อท่านใช้บริการร้านอาหารแล้วพบว่าดี ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้

บริการร้านอาหาร ได้แก่ เหตุผลที่เลือกเข้าใช้บริการร้านอาหาร วันที่นิยมเข้าใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหาร บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาหารต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารชื่นชมบาร์จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05