

การศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารของผู้บริโภค

A study of consumers' food ordering application behavior

ชัชชนันท์ อินเียม^{1*}, พรทิพย์ เหลียวตระกูล², รัตนา ลีรุ่งนาวารัตน์³

Chatchanan Iniam^{1*}, Pornthip Liewtrakul², Rattana Leerunghavarat³

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีวิศวกรรมอัตโนมัติ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

^{2,3} สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

¹Department of Engineering, Program in Automation Engineering Technology, Faculty of Engineering and Industrial Technology

^{2,3} Department of Information Technology and Data Science, Faculty of Science and Technology

*Corresponding author email: pliewtrakul@hotmail.com

Received 15 Jan 2022 Revised 15 May 2022 Accepted 21 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร จำนวน 20 คน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้มาด้วยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี

คำสำคัญ : การตัดสินใจใช้บริการ, พฤติกรรมผู้บริโภค , แอปพลิเคชันสั่งอาหาร

Abstract

The purpose of the survey research studied the behavior of consumers in using food delivery applications and the problem with food delivery applications. The sample was 20 food delivery application service users in Bangkok derived by purposive sampling technique. The Data collection was by questionnaire. Descriptive statistics were used in data analysis.

The results of the research indicated Customer's Satisfaction Decision to Using Food Application Service were at a good level.

Keywords: Decision Making to Use Services, Consumer Behavior, Food Application

บทนำ

จากธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมถึงมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง บวกกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จากปีที่ผ่านมาทำให้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ผู้ประกอบการร้านอาหารได้เล็งเห็นความสำคัญของการปรับปรุงการให้บริการและการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านอาหารในด้านต่าง ๆ รวมถึงความนิยมในการใช้บริการจัดส่งอาหารมากขึ้น อาทิ

เช่น Grab Food, Line man, Robinhood เป็นต้น (ชลธิชา เชื้อยงหลิว, 2562) แต่ส่วนมากการให้บริการผ่านคู่ค้า (Partners) ยังตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าไม่เพียงพอทั้งในด้านการจัดส่งอาหาร และในส่วนของแอปพลิเคชันของการให้บริการจัดส่งอาหารจะเป็นรูปแบบที่มีบริษัทกลางเป็นตัวแทนในการรับรายการอาหาร และทำหน้าที่บริการรับส่งถึงลูกค้าในรูปแบบของการจัดส่ง (Delivery) ผ่านการทำสัญญากับร้าน ซึ่งจะมีการหักเปอร์เซ็นต์จากยอดการสั่งซื้อ ทำให้ร้านต้องเสียค่าบริการให้กับบริษัทที่เป็นตัวกลางรวมถึงมูลค่าของอาหารเพิ่มขึ้นจากเดิม

Google Form เป็นส่วนหนึ่งใน

บริการของกลุ่ม Google ที่ช่วยให้เราสร้างแบบสอบถามออนไลน์ หรือใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้งาน Google Form ผู้ใช้สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้งานได้หลายรูปแบบ อาทิ เช่น การทำแบบฟอร์มสำรวจความคิดเห็น การทำแบบฟอร์มสำรวจความพึงพอใจ การทำแบบฟอร์มลงทะเบียน และการลงคะแนนเสียง เป็นต้น (สุพัตรา รุ่งฉัตร, 2559) ดังนั้น จึงมีการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้งานวิจัยด้านสำรวจ โดยสำรวจจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ระดับความพึงพอใจในการให้บริการ การตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery และแบบสอบถามปลายเปิด รวมถึง Google Form สามารถแสดงผลในรูปแบบสถิติ เปรอ์เซ็นต์ และเชิงเปรียบเทียบได้ด้วย ซึ่งง่ายต่อการนำไปพัฒนาในด้านธุรกิจ

ความพึงพอใจของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) เป็นระดับความรู้สึกของผู้รับบริการ ซึ่งประกอบด้วยดังนี้ ความพอใจของความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ความพอใจต่อการประสานงานผู้

บริการ ความพอใจต่อการต้อนรับและการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ความพอใจกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ความพอใจต่อคุณภาพบริการ ความพอใจต่อการให้บริการต่อการใช้จ่ายในการบริการ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน (มาวิน ยืนยงวัฒนากุล, 2563) คือ แอปพลิเคชันที่ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อเป็นเบราร์เซอร์สำหรับการใช้งานเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งถูกปรับแต่งให้แสดงผลลัพท์ในส่วนที่จำเป็น เพื่อเป็นการลดทรัพยากรในการประมวลผลของตัวเครื่องสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ทำให้โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น อีกทั้งผู้ใช้งานยังสามารถใช้งานผ่าน Internet ในความเร็วต่าง ๆ ได้ (ถวัลย์ วรเทพพุฒิพงศ์, 2540) ซึ่งการตัดสินใจจะหมายถึงกระบวนการทางเลือกต่าง ๆ จึงทำให้ถึงจุดหมายตามที่ต้องการ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจ ดังนั้น จากแนวคิดการตัดสินใจใช้บริการรับส่งสินค้าประเภทอาหาร (Food Delivery) หมายถึง การเลือกและเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการของผู้บริโภค โดยใช้เหตุผลประกอบต่าง ๆ ก่อนจะตัดสินใจใช้บริการ

คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะจัดทำแบบสำรวจการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน

แอปพลิเคชันสั่งอาหาร เพื่อใช้ในการศึกษาพฤติกรรม การเข้าถึงช่องทางการตัดสินใจเลือกสั่งอาหารแอปพลิเคชันสั่งอาหาร และสามารถสร้างช่องทางระบบเดลิเวอรี่ โดยการส่งผ่านเว็บไซต์ของทางร้านโดยตรง เพื่อให้ระบบสามารถรองรับกับทุกอุปกรณ์สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการและทางร้าน เพื่อขยายฐานลูกค้าพร้อมเพิ่มโอกาสเสริมหน้าร้านรวมถึงเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านมากขึ้น และเพิ่มช่องทางในการสั่งอาหารให้กับลูกค้าทั้งระบบจัดส่งและรับที่ร้าน ส่งผลให้ทางร้านสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการธุรกิจของร้านมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคจากการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคจากการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร

สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

แอปพลิเคชันสั่งอาหารโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารต่าง ๆ ในการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ ให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น
2. เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจในงานวิจัยสามารถนำความรู้ไปปรับใช้กับธุรกิจของท่านได้
3. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร
4. นำผลการสำรวจที่ได้เผยแพร่ให้ผู้ประกอบธุรกิจเดลิเวอรี่ ปรับปรุงและพัฒนาการบริการ เพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคในการสั่งซื้อแอปพลิเคชันสั่งอาหารผ่านเว็บไซต์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การวิจัยในครั้งนี้มีเนื้อหาที่จะศึกษา ประกอบด้วย
พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ประกอบด้วยประเด็น

ดังนี้ 1) กลุ่มผู้สั่งอาหาร 2) ช่วงเวลาที่สั่งอาหาร และ 3) แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ใช้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ประกอบด้วยประเด็น ดังนี้ 1) เวลาในการจัดส่ง 2) ปัญหาที่พบระหว่างการสั่งอาหาร และ 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร

2. ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น คือ แอปพลิเคชันที่ผู้สั่งอาหารใช้งาน

3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่ วันที่ 13 กันยายน 2564 ถึงวันที่ 17 ตุลาคม 2564

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบบเฉพาะเจาะจง จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการสั่งอาหารผ่านการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง และความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ช่วงเวลาที่สั่งอาหาร 2) แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่เคยใช้ 3) ปัญหาที่พบเจอ 4) การใช้เวลาในการจัดส่ง 5) ความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่ง

มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ระดับแย่ พอใช้ได้ ดี และดีมาก

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้านความตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเที่ยงจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง มีค่าระหว่าง 0.75 - 0.80

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

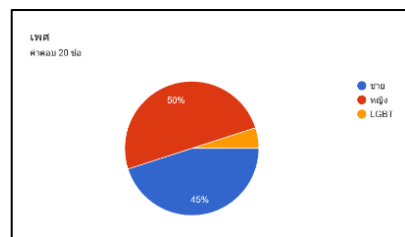
การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยการนำเทคโนโลยีที่ใช้ในการวิจัยไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ รวมจำนวนทั้งหมด 20 คน ตอบแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของข้อมูล เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันรวบรวม สัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

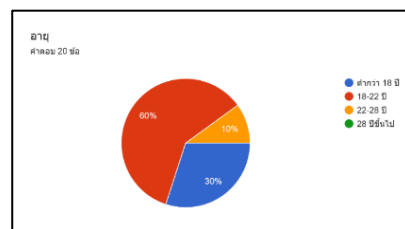
ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการวิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

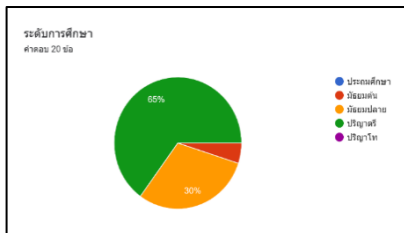
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา จากการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพ จำนวน 20 คน ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนและร้อยละ แสดงดังภาพที่ 1 ถึง ภาพที่ 3



ภาพที่ 1 เพศของผู้ใช้แอปพลิเคชัน



ภาพที่ 2 อายุของผู้ใช้แอปพลิเคชัน



ภาพที่ 3 ระดับการศึกษา

จากภาพที่ 1 ถึง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ อายุ และระดับการศึกษาตามลำดับ จากข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน ปรากฏดังนี้

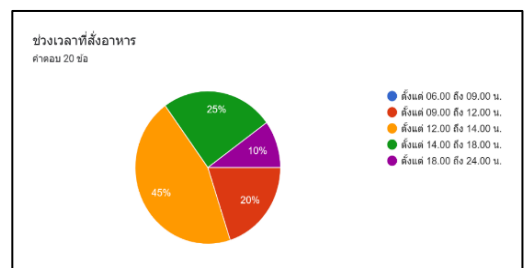
ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เพศชาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 และเพศทางเลือก LGBT จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ระดับอายุ 18-22 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ระดับอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ระดับอายุ 22-28 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และระดับอายุ 28 ปีขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ระดับการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ระดับ มีจำนวนและร้อยละของแต่ละระดับการศึกษา ดังนี้ ระดับปริญญาตรี จำนวน

13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ระดับมัธยมศึกษาต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และระดับประถมศึกษา ระดับปริญญาโท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

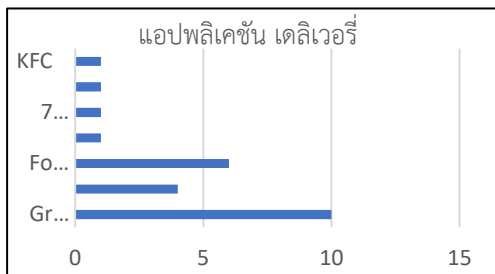
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมจากการวิเคราะห์ข้อมูลความ พึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร จำนวน 20 คน ด้วยสถิติร้อยละ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 ช่วงเวลาที่สั่งอาหาร

จากภาพที่ 4 แสดงค่าจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้สั่งอาหาร โดยภาพรวม จำนวน 20 คน พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้สั่งอาหารมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45 ตั้งแต่เวลา 12.00 ถึง 14.00 น. รองลงมา คิด

เป็นร้อยละ 25 ตั้งแต่เวลา 14.00 ถึง 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20 ตั้งแต่เวลา 09.00 ถึง 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 10 ตั้งแต่เวลา 18.00 ถึง 24.00 น. ตามลำดับ และช่วงเวลาที่ไม่มี การสั่งอาหารเลยตั้งแต่ เวลา 06.00 ถึง 09.00 น.



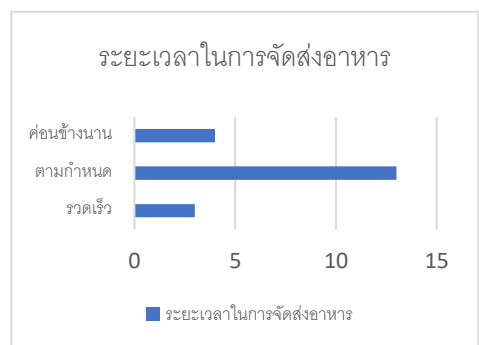
ภาพที่ 5 จำนวนครั้งสั่งอาหาร

จากภาพที่ 5 แสดงค่าจำนวนและ ร้อยละของแอปพลิเคชันสั่งอาหารที่เคยใช้ โดยภาพรวมจำนวน 20 คน พบว่าแอปพลิเคชันสั่งอาหารที่นิยมใช้มากที่สุด คือ Grab คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา Food panda คิดเป็นร้อยละ 25 Line man คิดเป็นร้อยละ 15 และ KFC, Line official , 7 Eleven, Robinhood คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ



ภาพที่ 6 ปัญหาที่พบเจอในการสั่งอาหาร

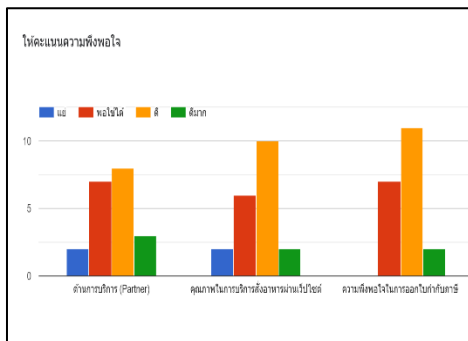
จากภาพที่ 6 แสดงค่าจำนวนและ ร้อยละของปัญหาที่พบเจอในการสั่งอาหาร ผ่านแอปพลิเคชันโดยภาพรวม จำนวน 20 คน พบว่า ไม่มีปัญหาในการสั่งอาหาร คิดเป็นร้อยละ 80 และพบปัญหาเรื่องออเดอร์ ตกหล่น คิดเป็นร้อยละ 20



ภาพที่ 7 ระยะเวลาในการจัดส่งอาหาร

จากภาพที่ 7 แสดงค่าจำนวนและ ร้อยละของระยะเวลาในการจัดส่งอาหาร

โดยภาพรวมจำนวน 20 คน พบว่าระยะเวลาในการจัดส่งอาหารเป็นไปตามเวลาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 65 ค่อนข้างนาน คิดเป็นร้อยละ 25 รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 10



ภาพที่ 8 ความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากภาพที่ 8 แสดงค่าจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารโดยภาพรวมจำนวน 20 คน พบว่า ด้านบริการอยู่ในระดับดี ด้านคุณภาพในการบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารอยู่ในระดับดี และด้านความพึงพอใจในการออกไปกำกับภาษีอยู่ในระดับดี

สรุปผลและอภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีการเติบโตอย่างรวดเร็วประกอบกับเทคโนโลยีปัจจุบันที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมถึงมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องบวกกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) สอดคล้องกับ ชลธิชา เชื้องหลิว (2562) ได้กล่าวว่า ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จากหลายปีที่ผ่านมาทำให้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ผู้ประกอบการร้านอาหารได้เล็งเห็นความสำคัญของการปรับปรุงการให้บริการและการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านอาหารในด้านต่างๆ รวมถึงความนิยมในการใช้บริการจัดส่งอาหารมากขึ้น อาทิ เช่น Grab Food, Line man, Robinhood เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาการตัดสินใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการ

สั่งอาหารออนไลน์บนแอปพลิเคชันของผู้บริโภคมากขึ้น และนำไปปรับปรุงการให้บริการและวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีการเลือกใช้งานมากที่สุด คือ Grab ช่วงเวลาที่สั่งอาหารมากที่สุด คือ 12.00-14.00 รองลงมา คือ 14.00-18.00 ระยะเวลาในการจัดส่งอาหารเป็นไปตามมาตรฐาน ปัญหาที่พบเจอในการใช้บริการสั่งอาหาร คือ ออเดอร์ตกหล่น และรายการอาหารตกหล่น ความพึงพอใจในการใช้บริการสั่งอาหารมากที่สุด คือ การออกใบกำกับภาษี รองลงมาคือ เว็บไซต์สำหรับสั่งอาหาร และด้านการบริการ ทำให้เป็นผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นว่าแอปพลิเคชันการสั่งอาหารมีความหลากหลาย และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะสามารถตอบสนองกับผู้บริโภค มีความสะดวกสบายไม่ต้องออกไปซื้ออาหารเอง รวมถึงสามารถขอใบกำกับภาษีได้ ไม่ต้องไปติดต่อรับที่ร้านอาหาร รวมถึงผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการสั่งอาหารได้สอดคล้องกับชเนศ ลักษณะพันธุ์ภักดี (2560) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อ

การตัดสินใจสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการส่งอาหารออนไลน์เดลิเวอรี่ คือการมีโปรโมชั่นที่หลากหลาย จากรายงานเผยให้เห็นว่าโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น ฟรี ค่าจัดส่ง เมื่อมียอดสั่งซื้อถึงจำนวนที่กำหนด ส่วนลดค่าอาหารและค่าขนส่งให้กับทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่อยู่เสมอหรือมีการแนะนำรายการอาหารใหม่ จะทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจสั่งซื้ออาหารได้ จะส่งผลให้ลูกค้าที่ยังไม่เคยสั่งซื้อ สามารถตัดสินใจสั่งอาหารได้ง่ายขึ้นหรือลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วก็จะกลับมาใช้บริการอีก

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1. ควรสำรวจในกลุ่มของผู้ให้บริการด้วยเพื่อได้ข้อมูลที่หลากหลาย
2. ควรสำรวจกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุหลากหลาย และกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น เพื่อให้ได้แนวทางในการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ จะเป็นการดึงดูดให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการเป็นประจำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

AccountingAIS03. (ออนไลน์). (2562).

การสร้างแบบจำลองข้อมูล.
สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2564,
จาก <https://accountingais03.wixsite.com/mysite/post/บทที่13-การสร้างแบบจำลองข้อมูล>

Greedisgoods. (ออนไลน์). (2560). Taro

Yamane's formula for
calculating group sample
size. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน
2564, จาก <https://greedisgoods.com/taro-yamane/>

ชเนศ ลักษณะพันธุ์ภักดี. (2560). ปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่. การ
ค้นคว้าอิสระปริญญาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปณณทัต ผิวอินทร์, กฤษณะ หุ่มสม และ
พรทิพย์ เหลียวตระกูล (2564).
การออกแบบและพัฒนาแอป
พลิเคชันสนับสนุนการตัดสินใจ
เลือกเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ.
วารสารวิศวกรรมศาสตร์และ

เทคโนโลยีอุตสาหกรรมบ้าน
สมเด็จ, 2(1), 54-69.

พิรานันท์ แกล่งกล้า. (2562). การวิเคราะห์
คุณลักษณะของบริการ
แอปพลิเคชันเพื่อการส่งอาหารเด
ลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร. การ
ค้นคว้าอิสระปริญญาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ระวีวรรณ เวียงตา. (2560). การรับรู้คุณค่า
ผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจในการ
ส่งเสริมการขายและค่านิยมที่
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่ง
อาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วริษฐา เขียนเอี่ยม. (2562). บทบาทของ
เทคโนโลยีและกระบวนการต่อ
พฤติกรรมกรรมการส่งอาหารทาง
ออนไลน์. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
สยาม.

ศิริณ เจริญนิพจันท์. (2546). ทักษะคิดและ
พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการสั่งซื้อ
พิซซ่าอิตาลีแบบบริการส่งถึงบ้านใน
เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). [ออนไลน์]. ส่วนประกอบการตลาด. [สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2564]. จาก academic.udru.ac.th/~sawancontent/02marketingMix.pdf.

ศุภานัน วัฒนวิจิตร. (2560). ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อการบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพฯ. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สพธอ.เอ็ตด้า ETDA. (2563). [ออนไลน์]. คน Gen-y สั่งอาหารออนไลน์มากที่สุดสัปดาห์หนึ่งโควิด-19.

[สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2564]. จาก <https://www-etda-or-th/th/newsevents/pre-ews/Online-Food-Delivery-Survey-2020.aspx>.

อริญชัย วีรเดชภูรินทร์. (2563). [ออนไลน์]. ธุรกิจอาหารและการปรับเปลี่ยนสู่ฟู้ดเดลิเวอรี่ท่ามกลางวิกฤตโควิด-19. [สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2564]. จาก <http://the-momentum.co/restuarant-to-food-delivery-covid-19/>.

อิสราวลี เนียมศรี.(2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Line Man ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.