การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
The Decision to Use Food Delivery Application Technology in Bangkok and Its Vicinity

ณัฐวุฒิ นวลฉวี[1] สมยศ อวเกียรติ[2]
Natthawut Nuanchawee, Somyos Avakiat

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน) และเพื่อศึกษาพฤติกรรมส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน) ซึ่งจำแนกตามลักษณะทางประชากร นักวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม ในรูปแบบออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Google Form จากกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านผู้ใช้แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที (t-test) และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับพนักงานเจ้าหน้าที่ - เจ้าหน้าที่อาวุโส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท และแอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์มากที่สุดคือ Grab Food รองลงมาคือ LINE MAN และมีความถี่ในการสั่งอาหาร 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ประเภทอาหารที่ผู้ใช้บริการนิยมเลือกซื้อเป็นอาหารแบบอาหารตามสั่ง พบว่าส่วนมากมีค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 101-300 บาท เหตุผลด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ผลการทดสอบ

Received: 2022-12-25 **Revised**: 2023-01-14 **Accepted**: 2023-01-20

[1] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Master of Business Administration students North Bangkok University. Corrosponding Author e-mail: local.lnnovation.soc@gmail.com

[2] อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Lecturer of the Master of Business Administration Program North Bangkok University

สมมติฐาน พบว่า 1) ลักษณะประชากรที่แตกต่างมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน 2) พฤติกรรมส่วนบุคคลที่แตกต่างมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ p<.01

คำสำคัญ(Keywords): การยอมรับเทคโนโลยี; แอปพลิเคชั่น; ฟู้ดเดลิเวอรี่

Abstract

The purpose of this research was to study the decision to use food delivery application technology. in Bangkok and its vicinity (Employees of private companies) to study population characteristics toward decision making in choosing food delivery application technology. in Bangkok and its vicinity (Employees of private companies) and to study personal behavior to decide to use food delivery application technology. in Bangkok and its vicinity (Private company employees), classified by demographic characteristics. The researchers collected data by distributing questionnaires. in an online form through the Google Form program from the sample group is a service user ordering food through a food delivery application user There were 400 cases in Bangkok and its vicinity. Statistics used in descriptive analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested by t-test and one-way ANOVA. If differences were found, they were compared individually. Using the LSD method, The study found that respondent Most of them were female, aged between 21-30 years old with a bachelor's degree. Competent Level - Senior Officer Have an average monthly income 15,001–30,000 baht, and the most used application for online food ordering is Grab Food, followed by LINE MAN, and the frequency of food ordering is 2-3 times/week. Types of food that service users prefer to buy are a la carte dishes. It was found that most of them had an average cost of ordering food per time between 101-300 baht. The most important reason was the condition of the facilities in use, followed by the efficiency expectation The results of the hypothesis test revealed that 1) different demographics had different decision to choose food delivery application technology in Bangkok and its vicinity. 2) Different personal behaviors have different decision to use food delivery application technology in Bangkok and its vicinity. Statistically significant p<.01

Keywords: Technology Acceptance; Application; Food Delivery

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกระจายไปทั่วโลกโดยผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้และได้รับผลกระทบอย่างรวดเร็ว อีกทั้งวิถีชีวิตของผู้คนเกิดการเปลี่ยนแปลง มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลและสามารถติดตามข่าวสาร รวมถึงสามารถส่งต่อข้อมูลกันได้มากขึ้น (เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์, 2559) การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ จึงเป็นการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์เพื่ออธิบายวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคล เป็นการพยากรณ์พฤติกรรมที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555) ผู้คนทั่วโลกต่างยอมรับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้ การรับรู้ถึงความเสี่ยง ทัศนคติที่มีต่อการใช้ และการนำมาใช้งานจริง (Chu & Chu, 2011)

ธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากช่วยสนับสนุนการดำเนินงานด้านธุรกิจและการค้าหรือการบริการในทุกขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การผลิตจนกระทั่งสินค้าและบริการเดินทางมาถึงมือผู้บริโภค ในปี 2562 ผู้ประกอบการ 2,893 ราย ลงทุนในธุรกิจการขนส่งมากกว่า 8,160 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่มีการกระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ในสามอันดับแรกในไทยได้แก่ สมุทรปราการ ชลบุรีและปทุมธานี ตามลำดับ และจังหวัดที่มีรายได้สูงสุดสามอันดับแรกในไทยได้แก่ กรุงเทพฯ 797,655 ล้านบาท สมุทรปราการ 60,571 ล้านบาท และชลบุรี 55,345 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562)

ธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) เป็นธุรกิจที่มาแรงในช่วง 2563 เนื่องจากวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สะดวกในการออกจากบ้าน และหลายคนทำงานที่บ้าน (Work From Home) เพื่อเลี่ยงการติดเชื้อขณะเดินทาง การใช้แอปพลิเคชั่นสั่งอาหารจึงเกิดขึ้น เช่น Grab, Food panda, Line Man และ Get เป็นต้น เป็นแอปพลิเคชั่นที่ได้รับความนิยมสูง และร้านค้าหลายร้านก็ได้เริ่มหันมาใช้บริการแบบจัดส่งถึงบ้านเพิ่มขึ้น การเติบโตของธุรกิจ Food Delivery ในช่วงปีที่ผ่านมา มีจำนวนเพิ่มขึ้นสูง แพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้เงินจากการเก็บส่วนแบ่งจากร้านค้าเป็นสัดส่วนที่แตกต่างกัน ค่าบริการจากลูกค้าสามารถเก็บตามระยะทางหรือส่งฟรี ธุรกิจนี้สามารถทำกำไรมหาศาล เนื่องจาก Food Delivery เป็นโมเดลธุรกิจแบบ Start-up ซึ่งจะต้องทำให้เกิดตลาดขึ้นมาก่อน โดยมีเป้าหมายคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต้นทุนของธุรกิจ Food Delivery มีราคาสูง และในปัจจุบันต้นทุนธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจะตามมาด้วยคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น (Interspace, 2020)

แอปพลิเคชั่นสั่งอาหาร (Food Delivery Application) เป็นการสร้างจุดเปลี่ยนให้กับธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงได้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจมากขึ้น หรือจานวนการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่นที่มากขึ้น โดยผู้ประกอบการบางรายมีจำนวนเฉลี่ยการสั่งอาหารมากขึ้นสามเท่าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาจากการที่แอปพลิเคชั่นมีการเติบโตและได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้บริโภค ผู้ประกอบการมีความจำเป็นต้องปรับแผนธุรกิจเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วน

แบ่งทางการตลาดที่มีอยู่ โดยการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อและความหลากหลายของประเภทอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด (มนตรี ศรีวงษ์, 2562)

การเติบโตอย่างรวดเร็วและความนิยมของแอปพลิเคชั่นทำให้ผู้ประกอบการที่มีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานเข้ามาขยายตลาด ทำให้เกิดโอกาสและความท้าทายที่จะต้องปรับแผนธุรกิจ อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นกิจการภายในห่วงโซ่อุปทานได้มากขึ้น การขยายตัวของธุรกิจ Food Delivery ยังช่วยกระจายรายได้ไปยังร้านอาหาร กลุ่มผู้ขับขี่จักรยานยนต์ เป็นต้น และคาดว่ารายได้ที่กระจายไปยังกลุ่มคนต่าง ๆมีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปมีส่วนสำคัญกับธุรกิจบริการจัดส่ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า ในปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารในไทยจะมีมูลค่ารวมสูงขึ้นถึง 4.37-4.41 แสนล้านบาท และขยายตัวร้อยละ 1.4-2.4 จากปี 2562 (Marketeer Team, 2019)

จากสถานการณ์โควิด-19 ในปัจจุบัน ทำให้คนไทยหันมาสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่นมากขึ้น จากผลการสำรวจการใช้บริการ Online Food Delivery ของคนไทยจำนวน 376 คน ในวันที่ 5-15 สิงหาคม 2563 ของ ETDA พบว่า คนไทยสั่งอาหารออนไลน์เพราะกลัวโควิด-19 เฉลี่ยรวมกันมากถึง 33.96% นอกจากนี้ยังเพราะไม่อยากเดินไปกินที่ร้านเองถึง 80.37% รองลงมาคือไม่อยากเสียเวลาต่อคิว 57.63% และสั่งเพราะส่วนลดรวมถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ 47.04% สำหรับแอปพลิเคชั่น เช่น Grab Food, Line Man, Food Panda และ Get เป็นตัวกลางในการสั่งอาหารที่ยอดนิยมมากถึง 88.47% รองลงมาคือแอปพลิเคชั่นโดยตรงของร้านอาหาร 62.93% ความน่าสนใจคือ คนไทยสั่งอาหารผ่านโซเชียลของร้าน เช่น Facebook, Instagram และ LINE ตามร้านค้าที่มีบริการพร้อมส่งถึง 13.08% สำหรับอาหารยอดนิยม คืออาหาร Fast food เช่น ไก่ทอด พิซซ่า 61.06% อาหารตามสั่ง 47.04% และ อาหารประเภทเส้น 40.50% ช่วงเวลากลางวันจะเป็นช่วงที่คนสั่งมากถึง 42.06% และสั่งมาทานที่บ้าน 87.85% รองลงมาคือที่ทำงาน 46.11% และสำหรับค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหาร กลุ่มคน Gen X ใช้จ่ายมากที่สุดถึง 501–1,000 บาทต่อครั้ง รองลงมาคือ กลุ่ม Baby Boomer ส่วนใหญ่ใช้จ่าย 301–500 บาท ขณะที่กลุ่ม Gen Y และ Gen Z ใช้จ่าย ส่วนใหญ่อยู่ที่ 101–300 บาท นอกจากนี้ยังมองว่าการใช้จ่ายในสั่งอาหารแต่ละครั้งที่สูงมาจากการสั่งเพื่อมาแชร์ร่วมกับเพื่อน หรือทั้งครอบครัว รวมถึงการสั่งเพื่อรับประทานหลายมื้อเพื่อประหยัดค่าส่งในแต่ละครั้ง (Nuttachit, 2563)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ เพื่อสะดวกในการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนการนำข้อมูลไปศึกษาต่อสำหรับการประยุกต์ใช้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน)

2. เพื่อศึกษาจำแนกลักษณะประชากร (ข้อมูลทั่วไป) ต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน)

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน)

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเลือกจากประชากร เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากรและคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ใช้แบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ใช้เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของการวิจัยการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วยเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ระดับพนักงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือกที่กำหนดคำตอบให้ (forced choice)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย แอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์, ความถี่ในการสั่งอาหาร, ประเภทอาหาร และค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้ง มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือกที่กำหนดคำตอบให้ (forced choice)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยมีรายละเอียดของข้อมูลและแหล่งที่ใช้ในการวิจัย 2 ส่วนดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิด้วยตนเองโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 ผู้วิจัยได้จัดเตรียมแบบสอบถาม ที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 400 ชุด เป็นที่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นนำไปทดสอบเครื่องมือเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ

1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลออนไลน์ ใช้แบบสอบถาม Google form กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (แบบสะดวก) และใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนกันยายน - พฤศจิกายน 2565 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

1.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับที่ได้คำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิโดยได้มาจากการรวบรวมจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ บทความ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสอดคล้องกับเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูล และดำเนินการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

1.นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้อง ในการตอบแบบสอบถามแล้วนำมาคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์และถูกต้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการบันทึกคะแนนแต่ละข้อของแต่ละคนลงในแบบลงรหัส (Coding Form)

2.ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1อธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage)

3.2วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้หลักเกณฑ์ในการให้คะแนน และแปลความหมายแบบสอบถามแบบ Rating Scale

3.3 วิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และวิเคราะห์ความแปรปวนทางเดียว One-Way Anova Analysis เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำค่าเฉลี่ยมาวิเคราะห์ทดสอบแบบรายคู่ LSD (Fisher's least – significant difference)

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายตัวแปรตามลักษณะข้อมูล เป็นสถิติเชิงพรรณนา

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ (t-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (f-test: One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับพนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 และ พบความแตกต่างทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัย (Research Results)

ข้อมูลลักษณะประชากรและข้อมูลพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21–30 ปี ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีระดับพนักงานระดับเจ้าหน้าที่-เจ้าหน้าที่อาวุโส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีแอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์เป็น Grab Food มีความถี่ในการสั่งอาหารเป็น 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทอาหารเป็นอาหารตามสั่ง มีค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้ง 101-300 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปดังตาราง 1 ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนค่ามาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ)	4.44	.569	มากที่สุด
2. ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน)	4.43	.652	มากที่สุด
3. ด้านอิทธิพลของสังคม	3.91	.906	มาก
4. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.44	.620	มากที่สุด
5. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี	4.31	.737	มากที่สุด
6. ด้านความสามารถของบุคคลในการใช้งาน	4.31	.682	มากที่สุด
7. ด้านความรู้สึกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น	4.23	.687	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งหมด	4.29	.563	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริ มณฑล ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.29) โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.44) รองลงมาด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ($\bar{x}$ = 4.44) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ($\bar{x}$ = 4.43) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ($\bar{x}$ = 4.31) ด้านความสามารถของบุคคลในการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.31) ด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น ($\bar{x}$ = 4.23) และด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านอิทธิพลของสังคม $\bar{x}$ = 3.91) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับพนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ระดับพนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมส่วนบุคคลที่แตกต่างส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า แอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์เป็น Grab Food ความถี่ในการสั่งอาหารเป็น 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทอาหารเป็นอาหารตามสั่ง ค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้ง 101-300 บาท ที่แตกต่างส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลท ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้การศึกษาและประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน) พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี) ด้านความสามารถของบุคคลในการใช้งาน ด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น และด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านอิทธิพลของสังคม ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะเกิดโรคระบาด (โควิด-19) ทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล ในเรื่องการใช้งานแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ แล้วส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ พรสิทธิศักดิ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการส่งอาหารออนไลน์เดลิเวอรี่ (Delivery) พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ใช้แก้ปัญหาโดยจะค้นหาทางเลือก จากนั้นเลือกทางเลือกและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (สุรคุณ คณุสัตยานนท์, 2558)

2. การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน) พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ระดับพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีการตัดสินใจแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างโดยจำแนกตามกลุ่มอายุ กลุ่มระดับการศึกษา กลุ่มระดับพนักงาน และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายละเอียดมีดังนี้

2.1 การศึกษาลักษณะประชากรที่อายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ

ปริมณฑล แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะอายุที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรพัฒน์ เทวกุล (2563) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น Grab Food ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ใช้แก้ปัญหาโดยจะค้นหาทางเลือก จากนั้น เลือกทางเลือกและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (สุรคุณ คณุสัตยานนท์, 2558)

2.2 การศึกษาลักษณะประชากรที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพีระนัฐ โล่วันทา (2564) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การตัดสินใจ เป็นกระบวนความคิดและการกระทำที่รับรู้โดยการศึกษา การวิเคราะห์ปัญหา หรือโอกาส และการประเมินทางเลือกที่เหมาะสมกับปัญหานั้น (ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์, 2557)

2.3 การศึกษาลักษณะประชากรที่ระดับพนักงานแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า ระดับพนักงานแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมี

ความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพุมผกา บุญธนาพีรัชต์ (2560) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การตัดสินใจเป็นเป็นกระบวนการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้บริโภคจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจนั้น การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่อยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550)

2.4 การศึกษาลักษณะประชากรที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมปวีณ์ ทรัพย์มา (2565) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมาใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันโรบินฮู้ด (Robinhood) พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การบริการไว้ว่า เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้สิ่งที่ไม่มีตัวตนและเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร การบริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ และส่งมอบการบริการไปยังผู้รับหรือลูกค้า เพื่อใช้บริการนั้นหรือภายในระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการบริการ (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2553)

3. ศึกษาพฤติกรรมส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน)

การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พนักงานบริษัทเอกชน) พบว่า แอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์ ความถี่ในการสั่งอาหาร ประเภทอาหารที่ผู้ใช้บริการนิยมเลือกซื้อและค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้ง มีการตัดสินใจแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างโดยจำแนกตามกลุ่มด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้นรายละเอียดมีดังนี้

3.1 การศึกษาแอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า แอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะแอปพลิเคชั่นที่ใช้ในที่ใช้ในการสั่งอาหารออนไลน์ ที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิสราวลี เนียมศรี (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การยอมรับเทคโนโลยี เป็นปัจจัยในการใช้งานและอยู่ร่วมกันระหว่างบุคคลและเทคโนโลยี เกิดจากการที่ได้ใช้ จึงทำให้เกิดเป็นประสบการณ์ ความรู้ และความต้องการ (ศศิพร เหมือนศรีชัย, 2555)

3.2 การศึกษาความถี่ในการสั่งอาหาร แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า ความถี่ในการสั่งอาหารที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะความถี่ในการสั่งอาหารที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาวินี จันทร์คง (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอพในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การยอมรับเทคโนโลยีไว้ว่า การที่ผู้ใช้มีการวิเคราะห์ที่จะเรียนรู้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ เมื่อเกิดความพึงพอใจจะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีนั้น ๆ (อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร, 2559)

3.3 การศึกษาประเภทอาหารที่ผู้ใช้บริการนิยมเลือกซื้อแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า ประเภทอาหารที่ผู้ใช้บริการนิยมเลือกซื้อที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยี

แอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะประเภทอาหารที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี สมบูร์ทวี (2561) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ ผ่านผู้ให้บริการ Food Panda Application พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (การยอมรับเทคโนโลยีไว้ว่า เป็นระดับความน่าเชื่อถือที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของมนุษย์โดยที่รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและทราบประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับ (ณัฏฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล, 2560)

3.4 การศึกษาค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน พบว่า ค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ) ด้านความคาดหวังในความพยายาม (ความง่ายในการใช้งาน) ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (ความสามารถของบุคคลในการใช้งาน) และด้านความรู้สึกต่าง ๆที่เกิดขึ้น แตกต่างกันทั้งนี้เป็นเพราะค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันทำให้ประชากรมีความสนใจและต้องการใช้บริการทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชั่นฟู้ดเดลิเวอรี่ ในการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการศึกษาหาข้อมูล การใช้งานจึงส่งผลให้มีความคิดเห็นในระดับการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณยภา ด่าน (2560) การยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น Wongnai โดยบริการของ Line man พบว่า ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (แอปพลิเคชั่นไว้ว่า เป็นโปรแกรมที่ถูกสร้างมาเพื่อใช้งานบนแท็บเล็ต,พีซีโดยไม่ต้องเชื่อมกับระบบเครือข่าย ผู้ใช้สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองในทุกเวลาและสถานที่ (พรทิพย์ วงศ์สินอุดม, 2558)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางควรมีการอัพเดทแอปพลิเคชันเพื่อให้มีความทันสมัย ในด้านของการจัดวางตามวัตถุประสงค์ที่อยู่บนหน้าแอปพลิเคชั่น

เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นของร้านค้าที่เข้าร่วมกับแอปพลิเคชั่นที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง เพื่อเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจใบริการได้ง่ายมากขึ้น

1.2 ในเรื่องลักษณะประชากร (ข้อมูลทั่วไป) ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชั่นที่แตกต่างกันไป ตามปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปแล้วนั้น มีผลทำให้การตัดสินใจต่างกัน

1.3 ในเรื่องพฤติกรรมส่วนบุคคล เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการในการนำข้อมูลผลของการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการ ปรังปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เกิดการแข่งขันในตลาดบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้ประกอบการที่ทำหน้าเป็นตัวกลางควรมี การอัพเดทแอปพลิเคชันเพื่อให้มีความทันสมัย ในด้านของการจัดวางตามวัตถุประสงค์ ที่อยู่บนหน้าแอปพลิเคชั่นเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นของร้านค้าที่เข้าร่วมกับแอปพลิเคชั่นที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง เพื่อเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจใบริการได้ง่ายมากขึ้น

2.2 ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชั่นที่แตกต่างกันไป ตามปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปแล้วนั้น มีผลทำให้การตัดสินใจต่างกัน

2.3 เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการในการนำข้อมูลผลของการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการปรังปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เกิดการแข่งขันในตลาดบริการให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง (References)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *ธุรกิจน่าจับตามองปี 2563*. สืบค้น 1 มิถุนายน 2563, จาก https://www.dbd.go.th/.

เกตุวดี สมบูร์ทวี. (2561). *ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ่านผู้ให้บริการ Food Panda Application.* มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2558). *การตัดสินใจ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ (2557). *พฤติกรรมองค์การ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณัฏฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล. (2560). *การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธาวินี จันทร์คง. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอพในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปุณยภา ด่าน. (2560). *การยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอพพลิเคชัน Wongnai โดยบริการของ Line man.* มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

เปรมปวีณ์ ทรัพย์มา. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมาใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันโรบินฮู้ด (Robinhood).* สารนิพนธ์ตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

พรทิพย์ วงศ์สินอุดม. (2558). *การพัฒนาแอปพลิเคชันบทเรียนบนคอมพิวเตอร์พกพา ร่วมกับการเรียนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน ที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ร่วมกันของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดเพชรบุรี.* บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พิมพุมผกา บุญธนาพีรัชต์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิรพัฒน์ เทวกุล. (2563). *การตัดสินใจสั่งอาหารผ่านแอพพลิเคชั่น Grab Food ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พีระนัฐ โล่วันทา. (2564). *การตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่.* การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

มนตรี ศรีวงษ์. (2562). *โอกาสธุรกิจ Food App ไทย ปี 2563*. สืบค้น 2 มิถุนายน 2563, จาก http://www.thaismescenter.com/.

วีรพงษ์ เถลิมจิรรัตน์. (2559). *คุณภาพในงานบริการ (Quality in service)*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

สุรคุณ คณุสัตยานนท์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อัครเดช ปิ่นสุข. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอพพลิเคชั่นของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อิสราวลี เนียมศรี. (2561). *การตัดสินใจใช้บริการแอพพลิเคชั่น LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Chu, A. Z-C., & Chu, R. J-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis [Electronics version]. *The International Journal of Human Resource Management.* 22(5), 1163-1179.

Interspace. (2020). *ธุรกิจ Food Delivery เติบโตจริงหรือไม่?*. สืบค้น 1 มิถุนายน 2563, จาก http://accesstrade.in.th/การเติบโต-food-delivery/.

Marketeer Team. (2019). *สงครามแอป “ส่งอาหาร” ทำธุรกิจ Food Delivery พุ่ง 35,000 ล้าน.* สืบค้น 2 มิถุนายน 2563, จาก https://marketeeronline.co/.

Nuttachit. (2563). *สั่งอาหารออนไลน์ ถูกเร่งการเติบโต ด้วย Social Distancing, อยากสบาย ๆ และโปรโมชั่นส่วนลด*. สืบค้น 2 มิถุนายน 2563, จาก https://marketeeronline.co/archives/154204.