

การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2564



นายชนากร มุลถวิล
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,
Ph.Ds.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,
Ed.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร.กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ที่ปรึกษา
งานวิจัย ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนแนวคิดและแนวทางของการทำงานวิจัยที่เป็นประโยชน์
อย่างยิ่ง ส่งผลให้การวิจัยมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาศักยภาพให้ดียิ่งขึ้นได้

ชนากร มุลถวิล



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	18
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	18
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	20
4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	24
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	25
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	41
5.1 สรุปผลการวิจัย	41
5.2 ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการ	43
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	45
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	45
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	49
ก. แบบสอบถาม	50
ข. แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบทดสอบ	53
ประวัติผู้วิจัย	55

สารบัญตาราง

ตาราง

	หน้า	
1.1	ร้อยละของประชากรไทยที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต	1
1.2	5 อันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย	2
3.1	แสดงสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในงานวิจัย	16
3.2	แสดงสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในงานวิจัย	17
4.1	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	18
4.2	ผลการจัดอันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้บ่อย	21
4.3	ผลการจัดอันดับความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ต่อสัปดาห์	22
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	24
4.5	ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	25
4.6	เปรียบเทียบรายคู่ อายุกับความพึงพอใจด้านความหลากหลายของอาหารที่แตกต่างกัน	27
4.7	เปรียบเทียบรายคู่ อายุกับความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารที่แตกต่างกัน	27
4.8	ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	28
4.9	เปรียบเทียบรายคู่ เพศกับความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารที่แตกต่างกัน	30
4.10	เปรียบเทียบรายคู่ เพศกับความพึงพอใจด้านค่าบริการในการส่งอาหารที่แตกต่างกัน	30
4.11	เปรียบเทียบรายคู่ เพศกับความพึงพอใจด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน	31
4.12	ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	31
4.13	เปรียบเทียบรายคู่ ระดับการศึกษากับความพึงพอใจด้านค่าบริการในการส่งอาหารที่แตกต่างกัน	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 เปรียบเทียบรายคู่ ระดับการศึกษากับความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน	33
4.15 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	34
4.16 เปรียบเทียบรายคู่ อาชีพกับความพึงพอใจด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน	36
4.17 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	37
4.18 เปรียบเทียบรายคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจด้านส่วนลดคำสั่งอาหารที่แตกต่างกัน	38
4.19 สรุปการทดสอบสมมติฐาน	39

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย	10
4.1 แสดงการเปรียบเทียบการจัดอันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้บ่อย	22



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่รัฐบาลไทยให้การส่งเสริมการลงทุนมาอย่างเนื่องจากรูปแบบการซื้อสินค้าและบริการมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบของการสั่งซื้อสินค้าผ่านบริการออนไลน์ ซึ่งการบริการลักษณะดังกล่าวมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก แม้ว่าลักษณะของการบริการหลักมีความคล้ายคลึงกัน เช่น การสั่งซื้อ การแสดงสถานะของคำสั่งซื้อ การติดตามพิกัดของการจัดส่ง และมีบริการที่แตกต่างกัน เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง หรือบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การส่งสินค้า ส่งเอกสารและบริการขนส่งมวลชน อาหารก็เป็นหนึ่งในสินค้าซึ่งหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เป็นออนไลน์มากขึ้นก็คือการระบาดของเชื้อ Covid-19 ที่เกิดขึ้นกับทุกภูมิภาคในโลก เกิดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคขึ้นมากมาย เช่น การใส่หน้ากากป้องกันเชื้อโรค การล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ การเว้นระยะห่างทางสังคม ทำให้การรับประทานอาหารในร้านอาหารนั้นไม่สามารถกระทำได้ การให้บริการสั่งและส่งอาหารออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่ใช้ในการแก้ปัญหาในส่วนนี้

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมากที่ให้บริการในลักษณะคล้ายคลึงกันก็ตาม แต่ผู้ให้บริการจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่ได้รับความนิยม และผู้ให้บริการบางรายกลับมีส่วนแบ่งการตลาดแตกต่างจากคู่แข่งสูงมาก ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่ามีปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำและสร้างความได้เปรียบแก่ผู้ให้บริการ

ตาราง 1.1 ร้อยละของประชากรไทยที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต

ประเภทอุปกรณ์	ปี	ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้	
		โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภท	คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ของประเทศไทย
โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภท	2558		79.3
	2559		81.4
	2560		88.2
	2561		89.6

ตาราง 1.1 ร้อยละของประชากรไทยที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

ประเภทอุปกรณ์	ปี	ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภท คอมพิวเตอร์ และ อินเทอร์เน็ต ของประเทศไทย	
โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน	2560		72.3
	2561		69.6
โทรศัพท์มือถือแบบฟีเจอร์โฟน	2560		29.7
	2561		24.9
คอมพิวเตอร์	2558		34.9
	2559		32.2
	2560		30.8
	2561		28.3
อินเทอร์เน็ต	2558		39.3
	2559		47.5
	2560		52.9
	2561		56.8

ที่มา : ประชาไท. (2561). ข้อมูลปี 61 คนไทยมีมือถือ 56.7 ล้านคน และมีเพียง 69.6% ที่เป็นสมาร์ตโฟน. สืบค้นจาก <https://prachatai.com/journal/2021/02/91540>.

ตาราง 1.2 5 อันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย

แอปพลิเคชัน	รายละเอียด
แกร็บฟู้ด (Grabfood)	เป็นแอปพลิเคชันที่เริ่มต้นจากบริการด้านการขนส่งสาธารณะ ภายหลังเมื่อเพิ่มการให้บริการด้านการส่งอาหารจึงมีร้านที่เข้าร่วมด้วยเยอะมาก และมีรถส่งอาหารเยอะด้วยเช่นกัน แอพนี้อาจมีการจัดโปรโมชั่นใหม่ๆ อยู่เสมอ เช่นการลดราคาค่าส่ง ลดค่าอาหารจากร้านดัง และโค้ดคูปองต่างๆ ช่องทางการชำระเงิน ก็หลากหลายช่องทาง แต่มีขั้นตอนในการสั่งอาหารที่หากสั่งไม่ถึงขั้นต่า่นั้น จะต้องเสียค่าส่งอาหารเพิ่มเติม

ตาราง 1.2 5 อันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย (ต่อ)

แอปพลิเคชัน	รายละเอียด
ไลน์แมน (Lineman)	ไลน์แมนเริ่มจากการให้บริการแอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารในชื่อไลน์ จากนั้นได้ขยายแอปพลิเคชันด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ในภายหลัง เช่น Line Game ที่ให้บริการเกมส์ในมือถือ Line pay ให้บริการธุรกรรม จุดแข็งคือเป็นพาร์ทเนอร์กับ แอปพลิเคชัน วงใน (Wongnai) เพื่อแนะนำร้านอาหารที่ได้รับความนิยม
ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda)	แอปพลิเคชันสั่งอาหารเพียงรายเดียวจาก 5 รายที่ให้บริการด้านการสั่งอาหารเพียงอย่างเดียว และยังสามารถสั่งอาหารได้จากร้านอาหารภายในระยะ 2 กิโลเมตรรอบตัวผู้ส่งเท่านั้น แต่มีข้อดีคือไม่มีค่าส่งอาหารเพิ่มเติมใด ๆ
โกเจ๊ก (Gojek)	แอปพลิเคชันที่มีการเปลี่ยนชื่อจากชื่อเดิมคือ เก๊ท (Get) เพื่อให้ตรงกันกับชื่อที่ใช้ในประเทศอื่น ๆ ซึ่งการเปลี่ยนชื่อเป็น Gojek ได้มีการเพิ่มรายการส่งเสริมการขายเป็นจำนวนมาก ๆ เช่น การลดราคาร่วมกับบัตรเครดิตในการจ่ายค่าอาหาร หรือร่วมกับร้านค้าเพื่อลดค่าอาหารลง มีบริการส่งฟรีในระยะเริ่มต้น ไม่เกิน 3 กิโลเมตรด้วย ส่วนถ้าเกินจากนั้นก็จะนับตามระยะทาง มีขั้นต่ำในการสั่งอาหารเช่นเดียวกับแกร็บฟู้ด ถ้าไม่ถึงจะต้องเสียค่าส่งอาหารเพิ่ม มีช่องทางการจ่ายหลายช่องทาง และจุดเด่นคือสามารถสั่งอาหารแล้วไปรับด้วยตัวเองได้ด้วย เหมาะกับผู้ที่ไม่ต้องการรอคิวการสั่งอาหาร
โรบินฮู้ด (Robinhood)	แอปสั่งอาหารใหม่จากกลุ่มเครือธนาคาร SCB ที่เพิ่งเปิดตัวเมื่อกลางปีที่ 2563 และเริ่มให้ใช้งานจริง เมื่อเดือนกันยายน 2563 มีจุดแข็งและจุดเด่นที่ให้ร้านค้าเข้าร่วมงานโดยไม่คิดค่าบริการ โดยใช้งบประมาณด้าน CSR ของทาง SCB เอง การสั่งอาหารนั้น ก็ได้ทำเป็น Partner ร่วมกับ SKOOTAR ปัจจุบันยังมีให้บริการอยู่เฉพาะเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเท่านั้น

ที่มา : Iamnotspock. (2020). 10 แอปสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในปี 2563 อยู่บ้านก็อิมได้ไม่ต้องออกไปเจอรถติด!. Available <https://specphone.com/web/10-apps-for-order-food-delivery-in-2020/302822>.

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงจัดทำขึ้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการเองก็สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้ไป

ปรับใช้ ปรับปรุงการให้บริการของตนเอง ให้ตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ได้ตรงจุดประสงค์ และพัฒนาให้เหมาะสมต่อการใช้งานยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

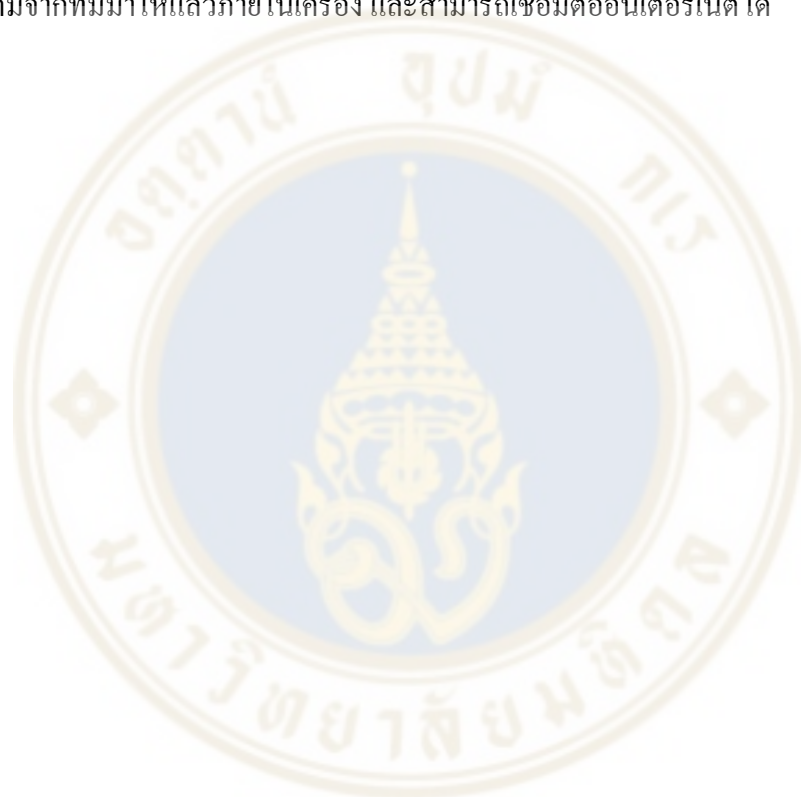
งานวิจัยนี้ศึกษาและเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแบบปฐมภูมิ ระหว่างเดือน พฤษภาคม 2564 ถึง เดือนกรกฎาคม 2564 โดยใช้การเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวภายใต้กลุ่มเป้าหมาย คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการการสั่งอาหารผ่าน application ของ Grabfood, Lineman, Foodpanda และ Gojek จำนวนทั้งหมด 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยใช้เครื่องมือแบบกึ่งโครงสร้าง

1.4 ประโยชน์ของงานวิจัย

1. ทราบถึงมุมมองการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery
2. เข้าใจถึงความแตกต่างของมุมมองการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery
3. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและสามารถจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้
4. บริษัทที่ให้บริการ online food delivery สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงการให้บริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1. แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ หมายถึง โปรแกรมในโทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการเลือกสั่งอาหาร ชำระค่าบริการ และติดต่อกับผู้ให้บริการได้
2. โทรศัพท์มือถือแบบพีเจอาร์โฟน หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่หน้าจอสามารถแสดงภาพแบบสีได้ ไม่สามารถลงแอปพลิเคชันเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในเครื่องได้ และไม่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้
3. โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่สามารถลงแอปพลิเคชันเพิ่มเติมจากที่มีมาให้แล้วภายในเครื่อง และสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดในการวิจัย

2.1.1 แนวคิดเรื่องแบบจำลองการผนวกทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

แบบจำลองการผนวกทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model: UTAUT) ของ Venkatesh, Morris, Davis, & Davis (2003) ซึ่งได้เสนอทฤษฎีที่สร้างขึ้นจากงานวิจัยต่างๆ ที่ผ่านมา เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) โดยได้อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โดยเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีด้านพฤติกรรมจำนวนทั้งสิ้น 8 ทฤษฎีคือ

1. ทฤษฎีที่ใช้สำหรับการเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Theory of Reasoned Action: TRA)
2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานเป็นตัววัดความสำเร็จของการพัฒนาการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
3. ทฤษฎีที่ใช้สำหรับการวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับจิตวิทยาเพื่อใช้สนับสนุนแรงจูงใจที่ใช้อธิบายถึงการแสดงพฤติกรรม (Motivational Model: MM)
4. ทฤษฎีที่ศึกษาทางด้านพฤติกรรมซึ่งได้รับการพัฒนาและขยายมาจากทฤษฎี TRA (Theory of Planned Behavior: TPB)
5. ทฤษฎีที่ผสมผสานกันระหว่าง TAM กับ TPB เพื่อใช้สำหรับทดสอบการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยประสพการณ์การใช้ระบบว่ามีอิทธิพลต่อการปรับปรุงและการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไม่
6. ทฤษฎีที่ใช้วัดการใช้งานจริงในเทคโนโลยีและใช้ทำนายเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Model of PC Utilization: MPCU)
7. ทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมที่ใช้ศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของปัจจัยที่ใช้อธิบายถึงนวัตกรรมและใช้เป็นเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในองค์กร (Innovation Diffusion Theory: IDT) หรือ (Diffusion of Innovations: DOI)

8. ทฤษฎีด้านพฤติกรรมมนุษย์ที่พบว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์นั้นเกิดจากอิทธิพล จากสิ่งแวดล้อมปัจจัยส่วนบุคคล และคุณสมบัติด้านพฤติกรรมส่วนตัว (Social Cognitive Theory: SCT)

Venkatesh et al. (2003) ได้ศึกษาบริษัทและองค์กร 4 แห่งที่กำลังประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยเป็นองค์กรที่มีความแตกต่างทางเทคโนโลยีลักษณะองค์กรประเภทอุตสาหกรรมหน้าที่องค์กรและ ลักษณะการใช้งานเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานระบบ จำนวนทั้งสิ้น 6547 รายทดสอบหา ความเชื่อมั่นและความตรงด้วยวิธีทางสถิติ Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.70 และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีทางสถิติ Partial Least Squares (PLS) ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากตารางข้างต้นพบว่ามี 4 ปัจจัยหลักที่มี อิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ (Behavioral Intention) และการใช้งานระบบ (Use Behavior) คือ

1. ความคาดหวังต่อการปฏิบัติงาน (Performance Expectancy) คือระดับความเชื่อของบุคคล ว่าการใช้ระบบจะทำให้ประสบผลสำเร็จในการปฏิบัติงานประกอบด้วยปัจจัยที่ได้จากการพัฒนาและรวม ทฤษฎีต่างๆ 5 ปัจจัยดังนี้

1.1 Perceived Usefulness คือระดับความเชื่อด้านประโยชน์ของผู้ใช้ว่าการใช้ระบบจะช่วย เพิ่มให้ผลของการปฏิบัติงานดีขึ้น (TAM Model)

1.2 Extrinsic Motivation คือผู้ที่สามารถใช้ระบบในการปฏิบัติงานได้จะนำไปสู่ผลงานที่มีค่า และทำให้ได้รับในสิ่งที่ดีกว่าผู้อื่นเช่นมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานได้รับการขึ้นเงินเดือนหรือได้รับการ เลื่อนตำแหน่ง (MM Model)

1.3 Job-fit คือความสามารถของระบบ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของแต่ละ บุคคลได้ (MPCU Model)

1.4 Relative Advantage คือระดับของการใช้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่าสิ่งที่ผ่าน มา (IDT Model)

1.5 Outcome Expectations คือความคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นความคาดหวังจากการปฏิบัติงานและความคาดหวังส่วนบุคคล (SCT Model)

2. ความคาดหวังด้านความพยายามของผู้ใช้งานระบบ (Effort Expectancy) คือ ระดับความง่าย ในการมีส่วนร่วมในการใช้ระบบประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักดังนี้

2.1 Perceived Ease of Use คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าการใช้ระบบเทคโนโลยีไม่ต้อง ใช้ความพยายามสูงในการใช้งานมากนัก (TAM Model)

2.2 Complexity คือ ระดับของการเข้าใจถึงความยากที่จะเข้าใจและการใช้ระบบ (MPCU Model)

2.3 Ease of Use คือ ระดับของการใช้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่ายากต่อการใช้งาน (IDT Model)

3. อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) คือระดับการเข้าใจของแต่ละบุคคลถึงความสำคัญที่จะ เชื่อว่าควรใช้ระบบใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานได้กำหนดปัจจัยทางพฤติกรรม 3 ปัจจัยดังนี้

3.1 Subjective Norm คือ ความเข้าใจของบุคคลกับพฤติกรรมแสดงออกของผู้มีอิทธิพล ที่มีต่อตนเอง (TRA Model)

3.2 Social Factors คือ สัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมและข้อตกลง ระหว่างบุคคลที่มีอยู่ในสถานการณ์สังคมนั้นๆ (MPCU Model)

3.3 Image คือ ระดับของการใช้นวัตกรรม (ระบบ) ที่ทำให้เข้าใจว่าช่วยเพิ่มภาพลักษณ์หรือ สถานะภาพทางสังคม (IDT Model)

4. สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบ (Facilitating Condition) คือ ระดับความเชื่อของ บุคคลว่าองค์กรและสิ่งอำนวยความสะดวก/อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีอยู่มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการ ใช้ ระบบประกอบด้วย 3 ปัจจัยที่กำหนดไว้ดังนี้

4.1 Perceived Behavioral Control คือ ความเข้าใจถึงการรับรู้อำนาจในการควบคุมระบบ ทั้งภายในและภายนอก (ภายในคือผู้ใช้ระบบเช่นความรู้ความสามารถของผู้ใช้ระบบและภายนอกคือสิ่งอำนวยความสะดวกจากองค์กรเช่นคู่มือปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ด้าน IT) (TPB Model)

4.2 Facilitating Conditions คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ด้านสภาพแวดล้อมเพื่อสร้าง ความง่ายในการปฏิบัติงานรวมถึงการจัดเตรียมระบบการสนับสนุนด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (MPCU Model)

4.3 Compatibility คือ ระดับของการเข้าใจระบบงานว่ามีความถูกต้องเป็นสิ่งจำเป็นและเป็น การปรับปรุงที่มีศักยภาพ (IDT Model)

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ

Neufeld, Dong, & Higgins (2007) กล่าวว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้เทคโนโลยีได้ ปัจจัยที่

มีความเกี่ยวข้องหรือมีความหมายคล้ายคลึงกับความคาดหวังในประสิทธิภาพประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด คือ

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (The Technology Acceptance Model: TAM และ A Model Combining the Technology Acceptance Model and the Theory of Planned Behavior: C-TAM-TPB) ใช้วัดระดับผลผลิต (Productivity) ประสิทธิภาพ (Performance) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และประโยชน์ (Usefulness)

2. ความสามารถของระบบสารสนเทศที่แต่ละบุคคลเชื่อว่า การใช้งานระบบสารสนเทศจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ (The Model of PC Utilization: MPCU) นามาใช้วัดระดับผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงาน (Effect on the Performance of Job) การลดระยะเวลาการทำงาน (Decrease the Time) การเพิ่มคุณภาพของผลลัพธ์ (Increase the Outcome) การเพิ่มประสิทธิภาพ (Increase Effectiveness) การเพิ่มปริมาณ (Quantity of Output) และสามารถนำมาช่วยในงานได้ (Assist on Job)

3. แรงจูงใจภายนอก (MM) ใช้วัดระดับผลผลิต ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์เช่นเดียวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM และ C-TAM-TPB) นอกจากนี้ยังรวมถึงการวัดระดับ ผลสำเร็จ (Accomplish) และความง่ายกว่า (Easier)

4. ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงาน (The Social Cognitive Theory: SCT) ถูกนำมาใช้วัดระดับประสิทธิภาพ การใช้เวลาที่น้อยลง (Spend Less Time) การเพิ่มคุณภาพของงาน การคาดหวังที่จะให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตนเอง และโอกาสที่จะได้เลื่อนตำแหน่ง

5. นวัตกรรมนั้นมีข้อได้เปรียบหรือมีข้อดีกว่า (The Diffusion of Innovation Theory: DOI) ใช้วัดระดับความสำเร็จของงาน คุณภาพของงาน ประสิทธิภาพ ผลผลิต การใช้งานที่ง่ายกว่า และประโยชน์ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ แบ่งได้เป็น 2 ระดับ ซึ่งแตกต่างกันระหว่างระดับบริการที่ปรารถนาและระดับบริการที่เคยได้รับ ในระดับแรกเกิดจาก ลูกค้าหวังไว้ว่า ควรจะได้รับหรือควรจะเป็น ส่วนในระดับที่สองลูกค้าได้รับบริการเหมือนที่ผ่านมาในครั้งก่อนๆ ก็จะยอมรับบริการนี้ได้ ในการศึกษาครั้งนี้ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ หมายถึง ผู้ใช้บริการโมบายแอปในการสั่งอาหารสามารถใช้บริการโมบายแอปในการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีเวลาในการทำงานหรือกิจกรรมอื่นๆ มากขึ้น (Zhou, Lu, & Wang, 2010)

2.2 สมมติฐานของการวิจัย

H1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

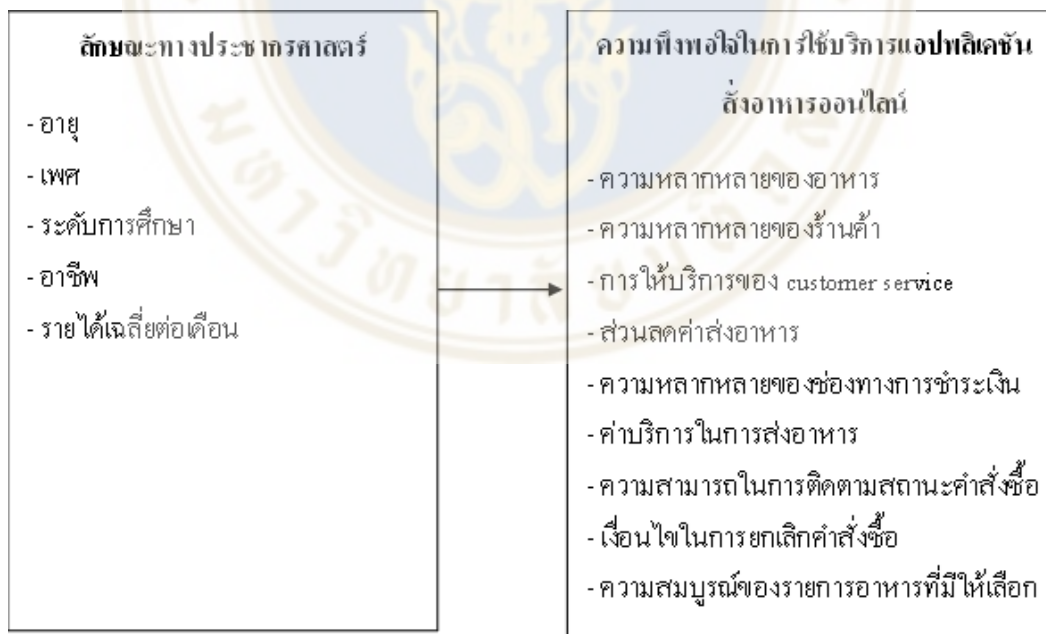
H2: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

H3: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

H4: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

H5: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

2.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย



รูปภาพ 2.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 การออกแบบงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร และเคยใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร

3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เลือกใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคร้านอาหารในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร โดยเลือกจากแอปพลิเคชัน Grabfood, Lineman, Foodpanda และ Gojek เนื่องจากจำนวนของประชากรนั้นไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงสามารถคำนวณได้จากสูตรของ Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ซึ่งสูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ

n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= 384.16$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร และเคยใช้บริการการส่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Grabfood, Lineman, Foodpanda และ Gojek มาก่อน โดยเลือกแจกแบบสอบถามการวิจัยผ่านช่องทางออนไลน์ Google form

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดขั้นตอนของการออกแบบแบบสอบถามดังนี้

3.3.1 ศึกษาข้อมูลของการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารการเรียน งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาในประเด็นต่าง ๆ 9 ด้านคือ

ด้านที่ 1 ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน

ด้านที่ 2 ความหลากหลายของร้านอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน

ด้านที่ 3 การให้บริการของ customer service

ด้านที่ 4 ส่วนลดค่าส่งอาหาร

ด้านที่ 5 ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินในแอปพลิเคชัน

ด้านที่ 6 ค่าบริการในการส่งอาหาร

ด้านที่ 7 ความสามารถในการติดตามสถานะของคำสั่งซื้อในแอปพลิเคชัน

ด้าน

ด้านที่ 8 เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อในแอปพลิเคชัน

ด้านที่ 9 ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน ที่

ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

3.3.3 นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.3.4 นำแบบสอบถามไปแจกจำนวน 30 ชุด เพื่อทำ pre-test

3.3.5 ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นและปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งจากผลของการทำ pre-test

3.3.6 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่ออนุมัติแบบสอบถาม

3.3.7 แจกแบบสอบถามจำนวน 385 ชุดให้แก่กลุ่มตัวอย่าง

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

1. ด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา อีกทั้งยังได้นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านแอปพลิเคชันการสั่งอาหารออนไลน์ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์คอนบัก อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) และปรับปรุงแบบสอบถามหลังจากได้ผลการทดสอบ เพื่อให้ค่าสัมประสิทธิ์สูงกว่าค่าที่ยอมรับได้ที่ 0.7

3.5 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ สอบถามด้วยคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ คือ

1. เพศ ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)
2. อายุ ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. ระดับการศึกษา ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
4. อาชีพ ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้แอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้งาน

6. เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์หรือไม่ ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)

7. แอปพลิเคชันที่เลือกใช้บ่อยที่สุด 3 ลำดับแรก ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

8. ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันทั้ง 3 ลำดับแรก ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)

9. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

10. ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน
11. ความหลากหลายของร้านอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน
12. การให้บริการของ customer service
13. ส่วนลดค่าส่งอาหาร
14. ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินในแอปพลิเคชัน
15. ค่าบริการในการส่งอาหาร
16. ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อในแอปพลิเคชัน
17. เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อในแอปพลิเคชัน
18. ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน

สำหรับแบบสอบถามส่วนนี้ เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) แบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินผู้วิจัย จะใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอัตรภาคชั้น (Class interval) โดยแบ่งคะแนนที่สูงที่สุดเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจาก

แบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุดคือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุดคือ 1 คะแนน หากถึงกลางพิสัย โดยการใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของข้อมูล โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 คะแนน	หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 คะแนน	หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 คะแนน	หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 คะแนน	หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 คะแนน	หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงมุ่งเน้นไปที่การเก็บข้อมูลจากผู้ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และเคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์อย่างน้อย 1 แอปพลิเคชันมาก่อน โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผ่านทางช่องทางออนไลน์ Google form จำนวน 385 ชุด

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติที่เกี่ยวข้องดังนี้

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้เพื่อบรรยายลักษณะของสิ่งที่ศึกษา ตามลักษณะของข้อมูลหรือลำดับขั้นการวัดของข้อมูลหรือตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้สถิติ ดังนี้

ตาราง 3.1 แสดงสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในงานวิจัย

ลักษณะข้อมูล	สถิติที่ใช้
การแจกแจงความถี่ (Frequency) - ความถี่ (Frequency) - เปอร์เซนต์ (Percent)	เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้ บริการบอย ความถี่การใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์
การวัดการกระจาย (Measures of Dispersion) - ค่าเฉลี่ย (Mean) - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	- ความหลากหลายของอาหาร - ความหลากหลายของร้านค้า - การให้บริการของ customer service - ส่วนลดค่าส่งอาหาร - ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน - ค่าบริการในการส่งอาหาร - ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ - เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ - ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้ในการอนุมานค่าพารามิเตอร์จากค่าสถิติ (Statistic) ที่คำนวณได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

ตาราง 3.2 แสดงสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในงานวิจัย

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
H1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน	
H2: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน	
H3: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน	One-Way ANOVA และการเปรียบเทียบแบบ LSD (Least Significant Difference)
H4: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน	
H5: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน	

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์
3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์
4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ แสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
18 - 22 ปี	91	23.64
23 - 34 ปี	194	50.39
35 - 50 ปี	85	22.08
51 ปีขึ้นไป	15	3.90

ตาราง 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. เพศ		
ชาย	184	47.79
หญิง	186	48.31
ไม่ระบุ	15	3.90
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/ปวช.	10	2.60
ปวส.	10	2.60
ปริญญาตรี	256	66.49
ปริญญาโท	98	25.45
อื่น ๆ	11	2.86
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	102	26.49
พนักงานบริษัทเอกชน	145	37.66
ธุรกิจส่วนตัว	88	22.86
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	10.13
อื่น ๆ	11	2.86
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	109	28.31
15,001 - 30,000 บาท	106	27.53
30,001 – 50,000 บาท	69	17.92
50,001 – 100,000 บาท	53	13.77
มากกว่า 100,000 บาท	48	12.47

จากตาราง 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 23 - 34 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.39 รองลงมาอายุ 18 - 22 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.64 อายุ 35 - 50 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.08 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 รองลงมาเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.79 และไม่ระบุเพศ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 66.49 รองลงมาปริญญาโท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.45 ระดับอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 สุดท้ายระดับมัธยมศึกษา/ปวช.และปวส. มีจำนวนเท่ากันคือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.49 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.13 และอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

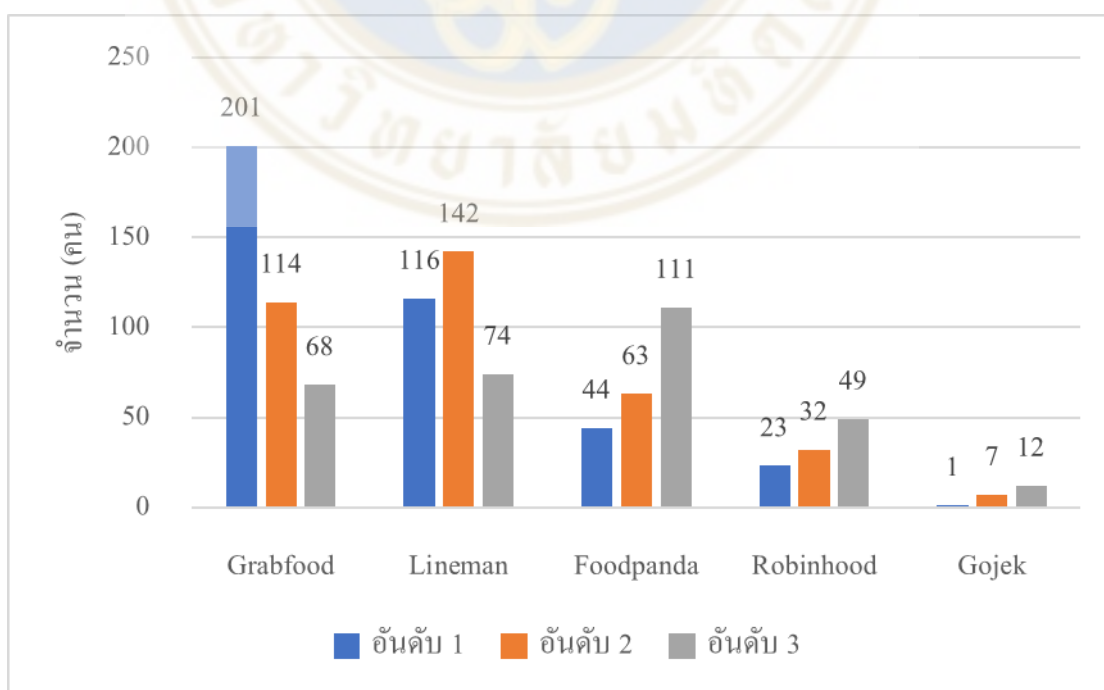
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 รองลงมา 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.53 รายได้ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 รายได้ 50,001 - 100,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 และมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.47 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้บ่อย และความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานต่อสัปดาห์ 3 อันดับ โดยจัดอันดับได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4.2 ผลการจัดอันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้บ่อย

อันดับ	แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อันดับที่ 1	Grabfood	201	52.21
	Lineman	116	30.13
	Foodpanda	44	11.43
	Robinhood	23	5.97
	Gojek	1	0.26
อันดับที่ 2	Lineman	142	36.88
	Grabfood	114	29.61
	Foodpanda	63	16.36
	Robinhood	32	8.31
	Gojek	7	1.82
อันดับที่ 3	Foodpanda	111	28.83
	Grabfood	68	17.66
	Lineman	74	19.22
	Robinhood	49	12.73
	Gojek	12	3.12



รูปภาพ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบการจัดอันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้บ่อย

จากตาราง 4.2 และรูปภาพ 4.1 ผลการจัดอันดับแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ใช้บริการบ่อย ได้แก่ Grabfood Lineman Foodpanda Robinhood และ Gojek พบว่า แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการใช้บริการบ่อยมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ Grabfood อันดับ 2 Lineman และอันดับ 3 Foodpanda

ตาราง 4.3 ผลการจัดอันดับความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ต่อสัปดาห์

อันดับ	ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งาน แอปพลิเคชันต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อันดับที่ 1	3	72	18.70
	1	52	13.51
	2	39	10.13
	4	50	12.99
	5	58	15.06

ตาราง 4.3 ผลการจัดอันดับความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ต่อสัปดาห์ (ต่อ)

อันดับ	ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	6	19	4.94
	7	27	7.01
	8	17	4.42
	9	9	2.34
	10	42	10.91
อันดับ 2	1	123	31.95
	2	98	25.45
	3	64	16.62
	4	18	4.68
	5	13	3.38
	6	11	2.86
	7	8	2.08
	8	6	1.56
	9	4	1.04
	10	10	2.60
อันดับ 3	1	212	55.06
	2	37	9.61
	3	26	6.75
	4	9	2.34
	5	10	2.60
	6	2	0.52
	7	3	0.78
	8	3	0.78
	9	1	0.26
	10	4	1.04

จากตาราง 4.3 ผลการจัดอันดับความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ต่อสัปดาห์ พบว่า ความถี่โดยเฉลี่ยอันดับที่ 1 ผู้ใช้บริการมีความถี่ในการใช้ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ อันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 ผู้ใช้บริการมีความถี่ในการใช้ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือก	4.07	0.78	มาก
2. ความหลากหลายของร้านอาหารที่มีให้เลือก	4.04	0.80	มาก
3. การให้บริการในแก้ไขปัญหาที่พบของ customer service	3.53	1.00	มาก
4. ส่วนลดค่าส่งอาหาร	3.06	1.15	ปานกลาง
5. ช่องทางการชำระเงินในแอปพลิเคชัน	3.81	0.97	มาก
6. ค่าบริการในการส่งอาหาร	3.35	1.09	ปานกลาง
7. ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ	3.95	0.87	มาก
8. เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ	3.34	1.00	ปานกลาง
9. ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก เช่น รูป ราคา รายการอาหาร	3.77	0.86	มาก
ความพึงพอใจรวม	3.66	0.60	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงอันดับความพึงพอใจ ได้แก่ อันดับที่ 1 ความหลากหลายของอาหาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อันดับที่ 2 ความหลากหลายของร้านอาหาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 อันดับที่ 3 ความสามารถในการติดตามสถานะ

คำสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 อันดับที่ 4 ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อันดับที่ 5 ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อันดับที่ 6 การให้บริการของ customer service ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 อันดับที่ 7 ค่าบริการในการส่งอาหาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 อันดับที่ 8 เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และอันดับที่ 9 ส่วนลดค่าส่งอาหาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery ทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมานซึ่งทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม One-Way ANOVA รวมทั้งทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุดด้วยการเปรียบเทียบแบบ LSD (Least Significant Difference) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 4.5 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig
	ระหว่างกลุ่ม	ภายในกลุ่ม					
ความหลากหลายของอาหาร	ระหว่างกลุ่ม		5.118	3	1.706	2.816	.039*
	ภายในกลุ่ม		230.846	381	.606		
	รวม		235.964	384			
ความหลากหลายของร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม		2.219	3	.740	1.168	.322
	ภายในกลุ่ม		241.272	381	.633		
	รวม		243.491	384			

ตาราง 4.5 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ กับความพึงพอใจในการใช้
บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การให้บริการของ customer service	ระหว่างกลุ่ม	1.158	3	.386	.386	.763
	ภายในกลุ่ม	380.686	381	.999		
	รวม	381.844	384			
ส่วนลดค่าส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	11.683	3	3.894	2.973	.032*
	ภายในกลุ่ม	499.060	381	1.310		
	รวม	510.743	384			
ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2.542	3	.847	.907	.438
	ภายในกลุ่ม	355.847	381	.934		
	รวม	358.390	384			
ค่าบริการในการส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	.940	3	.313	.264	.852
	ภายในกลุ่ม	452.723	381	1.188		
	รวม	453.662	384			
ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	.825	3	.275	.358	.783
	ภายในกลุ่ม	292.334	381	.767		
	รวม	293.158	384			
เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	1.333	3	.444	.442	.723
	ภายในกลุ่ม	383.093	381	1.005		
	รวม	384.426	384			
ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก	ระหว่างกลุ่ม	.979	3	.326	.441	.724
	ภายในกลุ่ม	281.982	381	.740		
	รวม	282.961	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของอาหาร (Sig. = .039) และด้าน

ส่วนลดค่าส่งอาหาร (Sig. = .032) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตาราง 4.6 เปรียบเทียบรายคู่ อายุกับความพึงพอใจด้านความหลากหลายของอาหารที่แตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	18-22 ปี	23-34 ปี	35-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
18-22 ปี	4.04	-	-.131	.149	.110
23-34 ปี	4.18		-	.281*	.242
35-50 ปี	3.89			-	-.039
51 ปีขึ้นไป	3.93				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านความหลากหลายของอาหารกับอายุของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 23-34 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของอาหาร มากกว่าผู้บริการที่มีอายุ 35-50 ปี

ตาราง 4.7 เปรียบเทียบรายคู่ อายุกับความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารที่แตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	18-22 ปี	23-34 ปี	35-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
18-22 ปี	2.89	-	-.145	-.262	-.909*
23-34 ปี	3.04		-	-.116	-.763*
35-50 ปี	3.15			-	-.647*
51 ปีขึ้นไป	3.80				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารกับอายุของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้บริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร มากกว่าผู้บริการที่มีอายุ 18-22 ปี 23-34 ปี และ 35-50 ปี

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 4.8 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความหลากหลายของอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	.224	2	.112	.182	.834
	ภายในกลุ่ม	235.739	382	.617		
	รวม	235.964	384			
ความหลากหลายของร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.239	2	1.119	1.772	.171
	ภายในกลุ่ม	241.252	382	.632		
	รวม	243.491	384			
การให้บริการของ customer service	ระหว่างกลุ่ม	2.607	2	1.304	1.313	.270
	ภายในกลุ่ม	379.237	382	.993		
	รวม	381.844	384			
ส่วนลดค่าส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	15.355	2	7.678	5.920	.003*
	ภายในกลุ่ม	495.387	382	1.297		
	รวม	510.743	384			
ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	1.316	2	.658	.704	.495
	ภายในกลุ่ม	357.074	382	.935		
	รวม	358.390	384			

ตาราง 4.8 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ค่าบริการในการส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	8.478	2	4.239	3.637	.027*
	ภายในกลุ่ม	445.184	382	1.165		
	รวม	453.662	384			
ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	5.589	2	2.795	3.712	.025*
	ภายในกลุ่ม	287.569	382	.753		
	รวม	293.158	384			
เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	2.573	2	1.286	1.287	.277
	ภายในกลุ่ม	381.853	382	1.000		
	รวม	384.426	384			
ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก	ระหว่างกลุ่ม	.455	2	.228	.308	.735
	ภายในกลุ่ม	282.506	382	.740		
	รวม	282.961	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร (Sig. = .003) ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร (Sig. = .027) และด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ (Sig. = .025) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตาราง 4.9 เปรียบเทียบรายกลุ่ม เพศกับความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารที่แตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ชาย	หญิง	ไม่ระบุ
ชาย	2.89	-	-269*	-.908*
หญิง	3.16		-	-.638*
ไม่ระบุ	3.80			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารกับเพศของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ไม่ระบุเพศ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร มากกว่าผู้บริการเพศชายและเพศหญิง และผู้บริการเพศหญิง มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร มากกว่าผู้บริการเพศชาย

ตาราง 4.10 เปรียบเทียบรายกลุ่ม เพศกับความพึงพอใจด้านค่าบริการในการส่งอาหารที่แตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ชาย	หญิง	ไม่ระบุ
ชาย	3.20	-	-.298*	-.271
หญิง	3.49		-	.027
ไม่ระบุ	3.47			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของความพึงพอใจด้านค่าบริการในการส่งอาหารกับเพศของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้บริการเพศหญิง มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร มากกว่าผู้บริการเพศชาย

ตาราง 4.11 เปรียบเทียบรายกลุ่ม เพศกับความพึงพอใจด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ชาย	หญิง	ไม่ระบุ
ชาย	3.84	-	-.189*	-.490*
หญิง	4.03		-	-.301
ไม่ระบุ	4.33			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของความพึงพอใจด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อกับเพศของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการเพศหญิงและไม่ระบุเพศ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ มากกว่าผู้บริการเพศชาย

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 4.12 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความหลากหลายของอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	2.118	4	.529	.860	.488
	ภายในกลุ่ม	233.846	380	.615		
	รวม	235.964	384			
ความหลากหลายของร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	.643	4	.161	.251	.909
	ภายในกลุ่ม	242.848	380	.639		
	รวม	243.491	384			

ตาราง 4.12 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
การให้บริการของ customer service	ระหว่างกลุ่ม	5.068	4	1.267	1.278	.278
	ภายในกลุ่ม	376.776	380	.992		
	รวม	381.844	384			
ส่วนลดค่าส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	7.422	4	1.855	1.401	.233
	ภายในกลุ่ม	503.321	380	1.325		
	รวม	510.743	384			
ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	1.588	4	.397	.423	.792
	ภายในกลุ่ม	356.802	380	.939		
	รวม	358.390	384			
ค่าบริการในการส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	13.480	4	3.370	2.909	.022*
	ภายในกลุ่ม	440.183	380	1.158		
	รวม	453.662	384			
ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	6.989	4	1.747	2.320	.056
	ภายในกลุ่ม	286.169	380	.753		
	รวม	293.158	384			
เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	17.822	4	4.456	4.618	.001*
	ภายในกลุ่ม	366.604	380	.965		
	รวม	384.426	384			
ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก	ระหว่างกลุ่ม	6.553	4	1.638	2.252	.063
	ภายในกลุ่ม	276.408	380	.727		
	รวม	282.961	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร (Sig. = .022) และ

ด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ (Sig. = .001) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตาราง 4.13 เปรียบเทียบรายคู่ ระดับการศึกษากับความพึงพอใจด้านค่าบริการในการส่งอาหารที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษา/ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	อื่น ๆ
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.90	-	-.700	-.392	-.691	.172
ปวส.	3.60		-	.307	.008	.872
ปริญญาตรี	3.29			-	-.298*	.565
ปริญญาโท	3.59				-	.864*
อื่น ๆ	2.73					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านค่าบริการในการส่งอาหารกับระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร มากกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและอื่น ๆ

ตาราง 4.14 เปรียบเทียบรายคู่ ระดับการศึกษากับความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษา/ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	อื่น ๆ
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.10	-	-1.60*	-1.26*	-1.29*	-.990*
ปวส.	3.70		-	.336	.302	.609
ปริญญาตรี	3.36			-	-.034	.272
ปริญญาโท	3.40				-	.307
อื่น ๆ	3.09					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อกับระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least

Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับ ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช.

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 4.15 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความหลากหลายของอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	2.478	4	.620	1.008	.403
	ภายในกลุ่ม	233.486	380	.614		
	รวม	235.964	384			
ความหลากหลายของร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	1.236	4	.309	.485	.747
	ภายในกลุ่ม	242.255	380	.638		
	รวม	243.491	384			
การให้บริการของ customer service	ระหว่างกลุ่ม	2.778	4	.694	.696	.595
	ภายในกลุ่ม	379.066	380	.998		
	รวม	381.844	384			
ส่วนลดคำสั่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	9.441	4	2.360	1.789	.130
	ภายในกลุ่ม	501.302	380	1.319		
	รวม	510.743	384			
ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	12.375	4	3.094	3.397	.010*
	ภายในกลุ่ม	346.015	380	.911		
	รวม	358.390	384			

ตาราง 4.15 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจในการใช้
บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ค่าบริการในการส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	6.035	4	1.509	1.281	.277
	ภายในกลุ่ม	447.627	380	1.178		
	รวม	453.662	384			
ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3.564	4	.891	1.169	.324
	ภายในกลุ่ม	289.594	380	.762		
	รวม	293.158	384			
เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3.630	4	.907	.906	.461
	ภายในกลุ่ม	380.796	380	1.002		
	รวม	384.426	384			
ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก	ระหว่างกลุ่ม	2.719	4	.680	.922	.451
	ภายในกลุ่ม	280.242	380	.737		
	รวม	282.961	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้
บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน (Sig. =
.010) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่
ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตาราง 4.16 เปรียบเทียบรายกลุ่ม อาชีพกับความพึงพอใจด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.76	-	-.200	.082	.055	.764*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.97		-	.283*	.145	.965*
ธุรกิจส่วนตัว	3.68			-	-1.38	.681*
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.82				-	.820*
อื่น ๆ	3.00					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของความพึงพอใจด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินกับอาชีพของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินมากกว่าผู้บริการที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ และผู้บริการที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินมากกว่าผู้บริการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานที่ 5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 4.17 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความหลากหลายของอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	1.987	4	.497	.807	.521
	ภายในกลุ่ม	233.976	380	.616		
	รวม	235.964	384			
ความหลากหลายของร้านค้า	ระหว่างกลุ่ม	.923	4	.231	.361	.836
	ภายในกลุ่ม	242.568	380	.638		
	รวม	243.491	384			
การให้บริการของ customer service	ระหว่างกลุ่ม	3.380	4	.845	.848	.495
	ภายในกลุ่ม	378.465	380	.996		
	รวม	381.844	384			
ส่วนลดค่าส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	13.678	4	3.420	2.614	.035*
	ภายในกลุ่ม	497.064	380	1.308		
	รวม	510.743	384			
ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5.102	4	1.276	1.372	.243
	ภายในกลุ่ม	353.287	380	.930		
	รวม	358.390	384			
ค่าบริการในการส่งอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	2.229	4	.557	.469	.758
	ภายในกลุ่ม	451.434	380	1.188		
	รวม	453.662	384			
ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	1.271	4	.318	.414	.799
	ภายในกลุ่ม	291.887	380	.768		
	รวม	293.158	384			
เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3.535	4	.884	.882	.475
	ภายในกลุ่ม	380.891	380	1.002		
	รวม	384.426	384			

ตาราง 4.17 ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก	ระหว่างกลุ่ม	2.555	4	.639	.866	.485
	ภายในกลุ่ม	280.406	380	.738		
	รวม	282.961	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.17 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร (Sig. = .035) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงเปรียบเทียบโดยทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ตาราง 4.18 เปรียบเทียบรายคู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารที่แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000	15,001 - 30,000	30,001 - 50,000	50,001 - 100,000	มากกว่า 100,000
น้อยกว่า 15,000	2.97	-	-.055	-.302	-.348	-.264
15,001 - 30,000	3.03		-	-.247	-.292	.319
30,001 - 50,000	3.28			-	-.045	.567*
50,001 - 100,000	3.32				-	.612*
มากกว่า 100,000	2.71					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจด้านส่วนลดค่าส่งอาหารกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท และ 50,001 - 100,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหารมากกว่าผู้บริการที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาท

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 4.19 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน สั่งอาหารออนไลน์	ลักษณะทางประชากรศาสตร์				
	อายุ	เพศ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
ความหลากหลายของอาหาร	✓				
ความหลากหลายของร้านค้า					
การให้บริการของ customer service					
ส่วนลดค่าส่งอาหาร	✓	✓			✓
ความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน				✓	
ค่าบริการในการส่งอาหาร		✓	✓		
ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ		✓			
เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ			✓		
ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก					
✓ ตัวแปรทั้ง 2 ตัวส่งผลต่อกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05					

จากตาราง 4.19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของอาหาร และด้านส่วนลดค่าส่งอาหารแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร และด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร และด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินแตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ รวมถึงศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการเก็บรวบรวมผ่านช่องทางออนไลน์จากผู้ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ จำนวน 385 คน และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปร ได้แก่ ค่าความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ One-Way ANOVA และการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากลุ่มผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ จำนวน 385 คน ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 23 - 34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท
2. พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์บ่อยมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ Grabfood อันดับที่ 2 Lineman และอันดับที่ 3 Foodpanda และพฤติกรรมความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้ใช้บริการต่อสัปดาห์ พบว่า ความถี่โดยเฉลี่ยอันดับที่ 1 ผู้ใช้บริการมีความถี่ในการใช้ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ อันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 ผู้ใช้บริการมีความถี่ในการใช้ 1 ครั้งต่อสัปดาห์
3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความหลากหลายของอาหาร ด้านความหลากหลายของร้านอาหาร

ด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน ด้านความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก และด้านการให้บริการของ customer service ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร ด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ และด้านส่วนลดค่าส่งอาหาร ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ พบว่า

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 23-34 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ด้านความหลากหลายของอาหารมากกว่าผู้ให้บริการที่มีอายุ 35-50 ปี

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่ไม่ระบุเพศ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหารและด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ มากกว่าผู้ให้บริการเพศชายและเพศหญิง และผู้ให้บริการเพศหญิง มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหารและด้านค่าบริการในการส่งอาหาร มากกว่าผู้ให้บริการเพศชาย

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร มากกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและอื่น ๆ และผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช.

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินมากกว่าผู้ให้บริการที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ และผู้ให้บริการที่ประกอบอาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านความหลากหลายของช่องทางการชำระเงินมากกว่าผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 – 100,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ด้านส่วนลดค่าส่งอาหารมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาท

5.2 ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอแนะนำข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการดังต่อไปนี้

5.2.1 ด้านความหลากหลายของอาหาร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยเฉพาะผู้ใช้บริการที่มีอายุ 23-34 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่น ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์จึงควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลถึงความหลากหลายของอาหารที่แอปพลิเคชันมีการจัดสรรมาให้ ทำการโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์ที่นำเสนอประเภทอาหารที่มีให้เลือกในแอปพลิเคชัน เมนูอาหารที่หลากหลายของแต่ละร้านค้า เพื่อช่วยส่งเสริมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

5.2.2 ด้านความหลากหลายของร้านอาหาร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ระดับความพึงพอใจในความหลากหลายของร้านอาหารมาเป็นลำดับสอง ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนให้ฝ่ายดูแลร้านค้าและสถานที่ เพิ่มการสำรวจร้านค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มร้านค้าในแอปพลิเคชัน ผู้บริโภคเห็นถึงความหลากหลายของร้านค้าในพื้นที่ที่ตนใช้บริการ ทำให้เพิ่มอัตราการใช้บริการและความพึงพอใจ

5.2.3 ด้านความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ผู้ประกอบการและฝ่ายพัฒนาแอปพลิเคชันควรมีการพัฒนา user interface ของแอปพลิเคชัน

อย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงให้มีความง่ายต่อการใช้งานเมื่อผู้ใช้งานติดตามสถานะคำสั่งซื้อ และมีการแสดงผลแบบ Real Time ในขั้นตอนระหว่างการจัดส่งอาหารอย่างแม่นยำ ซึ่งตอบสนองต่อผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ และต้องการอัปเดตสถานะคำสั่งซื้อตลอดเวลาเพื่อคำนวณเวลาการได้รับอาหาร ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุด

5.2.4 ด้านความหลากหลายของช่องทางชำระเงิน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้บริการ โฆษณาแอปพลิเคชันสำหรับการชำระเงินที่หลากหลาย และเป็นที่ยอมรับอย่างมาก รวมถึงการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต ของสถาบันการเงิน เมื่อผู้ประกอบการมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคมองเห็นทางเลือกในการชำระเงิน ณ ขณะนั้นที่เหมาะสม

5.2.5 ด้านความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือกอยู่ในระดับมาก

5.2.6 ด้านการให้บริการของ customer service

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของฝ่ายบริการลูกค้า ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมให้พนักงานที่ทำการปฏิบัติหน้าที่ดูแลลูกค้ามีทักษะในการบริการอย่างมืออาชีพ ฝึกอบรมวิธีการรับมือ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันท่วงที บุคลิกภาพการใช้น้ำเสียงในการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้พร้อมการปฏิบัติงาน เพราะการให้บริการลูกค้าที่ดีนอกเหนือจากที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแล้ว จะช่วยให้เกิดการกลับมาใช้บริการและเพิ่มความถี่ในการใช้บริการในครั้งถัดไป

5.2.7 ด้านค่าบริการในการส่งอาหาร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศและระดับการศึกษา ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการเพศหญิง และผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจในค่าบริการการส่งอาหารมากกว่ากลุ่มอื่น ผู้ประกอบการจึงควรที่จะควบคุมอัตราค่าบริการในการจัดส่งอาหารให้อยู่ในช่วงราคาในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องมีการสำรวจอัตราค่าบริการของกลุ่ม

แข่งขันในตลาด และคู่แข่งใหม่ที่เข้ามาในตลาด เพื่อจัดการวางแผนกลยุทธ์ในการรักษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อไป

5.2.8 ด้านเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยผู้บริการที่มีการศึกษาระดับปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งการตั้งเงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด อาทิ ผู้ใช้บริการ ร้านอาหาร และพนักงานจัดส่งอาหาร ให้มีความยุติธรรมในเงื่อนไขการยกเลิก และสร้างให้เกิดความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายเป็นอย่างดี

5.2.9 ด้านส่วนลดคำสั่งอาหาร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ไม่ระบุเพศ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท และ 50,001 – 100,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนลดคำสั่งอาหารเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จในแง่ของการเพิ่มปริมาณผู้ใช้งาน และความถี่ในการใช้บริการ เนื่องจากธุรกิจการจัดส่งอาหารออนไลน์มีการแข่งขันที่สูง ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการรักษาผู้ใช้งาน และส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากส่วนลดคำสั่งอาหารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจแล้ว ยังส่งผลต่อการบอกต่อให้แก่บุคคลอื่นเพื่อให้เข้ามาใช้บริการ เพิ่มขนาดส่วนแบ่งตลาดให้แก่องค์กรสูงขึ้น

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

ข้อมูลที่เก็บจากตัวอย่างผู้ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร เป็นข้อมูลที่อยู่ในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึง เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2564 โดยระยะเวลาในแต่ละช่วงอาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ดังนั้นผู้ที่จะนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปใช้ต่อยอดหรืออ้างอิง ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. ควรมีการวิจัยในตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร อาทิเช่น ปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Factors) ประเภทเนื้อหาในการสื่อสารออนไลน์ (Online Content) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างตรงจุด และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่ม หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เคยใช้บริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลมาพัฒนา รวมถึงตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคอย่างแท้จริง



บรรณานุกรม

- กนกวรรณ นุชนารถ, จิราภา พนารินทร์, ธนภรณ์ ปิยพิทักษ์บุญ, ภัทชนัน สาระโชติ, ธรณิศร นาคสัมพันธ์, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และทริกา สระทองคำ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชนิภา ช่วยระดม. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่าน Food Panda Applications ในเขตกรุงเทพมหานคร(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณิชยา ศรีสุชาติ, วิรงรอง ศรีศิริรุ่ง และวราภรณ์เหลืองวิไล. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ธณัฐพล เวียงสิมมา และจอมขวัญ สุวรรณรักษ. (2563).กลยุทธ์ทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลในการตัดสินใจสั่งอาหารจากร้านอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารเดลิเวอรี่ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ธนิดา ธรรมภักย์. (2561). การศึกษาบริการจัดส่งอาหารทางออนไลน์ LINE MAN และ Foodpanda เพื่อนำมาปรับใช้ในกิจการร้านอาหารประเภทสาขาเดียว (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธาวิณี จันทร์คง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประชาไท. (2561). ข้อมูลปี 61 คนไทยมีมือถือ 56.7 ล้านคน และมีเพียง 69.6% ที่เป็นสมาร์ตโฟน. สืบค้นจาก <https://prachatai.com/journal/2021/02/91540>.
- พัชพรกานต์ ศรีบุญเพ็ง. (2562). พฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สตีนาท แสงทองฉาย และชาติรี ใต้ฟ้าพูล. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทยในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อิสราวลี เนียมสร. (2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Iamnotspock. (2020). 10 แอปสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในปี 2563 อยู่บ้านก็อิมได้ไม่ต้องออกไปเจอรถติด!. Available <https://specphone.com/web/10-apps-for-order-food-delivery-in-2020/302822>.
- Neufeld, D. J., Dong, L., & Higgins, C. (2007). Charismatic leadership and user acceptance of information technology. *European Journal of Information Systems*, 16(4), 494-510.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Xu, X., & Huang, Y. (2019). Restaurant information cues, Diners' expectations, and need for cognition: Experimental studies of online-to-offline mobile food ordering. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 231-241.
- Zhou, T., Lu, Y. and Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption. *Computers in Human Behavior*, 26, 760-767.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery

ผู้วิจัย: นายธนกร มุลฉวิล นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ท่านเลือก

1. อายุ (หากอายุต่ำกว่า 18 ปี ขอให้ยุติการทำแบบสอบถาม)

18 ปีหรือน้อยกว่า 18 - 22 ปี 23 - 34 ปี

35 - 50 ปี 51 ปีขึ้นไป

2. เพศ

ชาย หญิง ไม่ระบุ

3. ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา/ปวช. ปวส. ปริญญาตรี

ปริญญาโท อื่น ๆ.....

4. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

อื่น ๆ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท
 15,001 - 30,000 บาท
 30,001 – 50,000 บาท
 50,001 – 100,000 บาท
 มากกว่า 100,000 บาท

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ท่านเลือก

1. ท่านเคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์หรือไม่

- เคย
 ไม่เคย

2. โปรดระบุชื่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากบ่อยมากที่สุด ไปน้อยที่สุด (ถ้าหากใช้เพียงแอปพลิเคชันเดียว ให้ระบุแค่อันดับที่ 1)

อันดับที่ 1 _____

อันดับที่ 2 _____

อันดับที่ 3 _____

3. โปรดระบุความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอปพลิเคชันตามที่ได้ระบุในข้อ 2

อันดับที่ 1 _____ ครั้งต่อสัปดาห์

อันดับที่ 2 _____ ครั้งต่อสัปดาห์

อันดับที่ 3 _____ ครั้งต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 3: ความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจ ที่ท่านเลือก

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือก					

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2. ความหลากหลายของร้านอาหารที่มีให้เลือก					
3. การให้บริการในแก้ไขปัญหาที่พบของ customer service					
4. ส่วนลดค่าส่งอาหาร					
5. ช่องทางการชำระเงินในแอปพลิเคชัน					
6. ค่าบริการในการส่งอาหาร					
7. ความสามารถในการติดตามสถานะคำสั่งซื้อ					
8. เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ					
9. ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก เช่น รูป ราคา รายการอาหาร					

ภาคผนวก ข
แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบทดสอบ

หัวข้องานวิจัย: การศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อ online food delivery

ชื่อผู้วิจัย: นายชนนกร มุลถวิล นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

วัตถุประสงค์งานวิจัย:

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย: ผู้ให้บริการสามารถนำผลการวิจัยเพื่อไปปรับปรุงและพัฒนา online food delivery เพื่อให้ตอบสนองความต้องการได้ดียิ่งขึ้น

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ในระดับของความสอดคล้องของแบบสอบถาม โดยเกณฑ์การให้คะแนนคือ

คะแนน +1 แน่ใจว่าคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

คะแนน -1 แน่ใจว่าคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ข้อที่	หัวข้อ	ความสอดคล้องของคำถามต่อวัตถุประสงค์		
		-1	0	+1
1	ท่านเคยใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์หรือไม่			
2	โปรดระบุชื่อแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากบ่อยมากที่สุดไปน้อยที่สุด (ถ้าหากใช้เพียงแอปพลิเคชันเดียว ให้ระบุแค่อันดับที่ 1)			
3	โปรดระบุความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานแอป			

ข้อที่	หัวข้อ	ความสอดคล้องของคำถามต่อวัตถุประสงค์		
	พลิกผันตามที่ได้ระบุในข้อ 2			
4	โปรแกรมบัญชีจ่ายโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละครั้ง			
5	ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือก			
6	ความหลากหลายของร้านอาหารที่มีให้เลือก			
7	การให้บริการในแก้ไขปัญหาที่พบของ customer service			
8	ส่วนลดค่าส่งอาหาร			
9	ช่องทางการชำระเงินในแอปพลิเคชัน			
10	ค่าบริการในการส่งอาหาร			
11	ความสามารถในการติดตามสถานะของคำสั่งซื้อ			
12	เงื่อนไขในการยกเลิกคำสั่งซื้อ			
13	ความสมบูรณ์ของรายการอาหารที่มีให้เลือก เช่น รูป ราคา รายการอาหาร			

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคำถามเพิ่มเติม
