

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงาน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

**FACTORS EFFECTING THE CHOICE OF ONLINE APPLICATION FOR FOOD DELIVERY OF  
WORKING PEOPLE IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA**

นางสาวอมรรัตน์ เกิดลาภ และ อาจารย์ ดร.สุกัญญา หอมหวาน  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Miss Amornrut Keadlap and Professor Dr. Sukanya Hormwhan

E-mail: Amornrut.kead@hotmail.com

MBA Industrial Management, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 433 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามชนิดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบความเป็นอิสระ (Test of independent) และวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression)

### ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

จากผลการรวบรวมข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 433 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 56.10% อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี 52.00% ซึ่งอยู่ในสภาพโสด สูงถึง 54.00% โดยระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรีคิดเป็น 69.30% และประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน 40.6% ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็น 37.00% โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (Marketing mix 7P's) โดยค่าเฉลี่ยของการให้

ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ ในระดับมาก โดยเรียงจากด้านที่ได้รับค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2. การทดสอบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

พบว่าคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีอายุ สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหาร, แอปพลิเคชัน

## **ABSTRACT**

An Objective of this research was (1) to study Demography for food delivery of working people in Bangkok Metropolitan Region (2) to study the use of online applications for food delivery of working people in Bangkok Metropolitan area; (3) to study the different marketing mix factors in choosing an online application for ordering food of working people Bangkok Metropolitan area, number 433 people. The research instrument was a 5-level rating scale questionnaire, which the researcher created with a confidence value of 0.95. The statistics used in the analysis were frequency distribution, percentage, mean ( $\bar{X}$ ) Standard deviation (S.D) and test of independent and linear regression analysis.

The results of the research were as follows:

### 1. Quality of working life of employees at an industrial factory in Chachoengsao Province

From the results of the data collection, it was found that most of the 433 respondents were female, 56.10%, in the age range of 26-35 years 52.00%, single 54.00%. Most of their education was a bachelor's degree 69.30% and 40.6% are employees, whose average monthly income is in the range of 20,001 - 30,000 baht/month representing 37.00%. Considering the marketing mix factor 7P's all items of importance were at a high level arranged from highest mean to the lowest mean as follows: Product, People, Process, Place, Physical and Presentation, Price, and Promotion.

### 2. Statistical tests demographic factor effecting the choice of online application for food delivery of working people in Bangkok and metropolitan area.

It was found that working people in Bangkok and metropolitan area with different age, status and occupation influences the choice of online application for food delivery with statistical significance at the 0.05 level.

**Keywords:** Application online for food delivery, Application

## บทนำ

เนื่องด้วยวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้การใช้ชีวิตของประชากรทั่วโลกต้องปรับตัว เรียกกันว่า เป็นการมีชีวิตในรูปแบบ New normal เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตอยู่ได้แม้ยังคงเกิดการระบาดของโรคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งโรคโควิด-19 เกิดขึ้นในประเทศไทยครั้งแรก (ระลอกที่ 1) เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2563 จากนั้นพบว่ามีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น และเริ่มแพร่กระจายเร็วมากขึ้น จนกระทั่งรัฐบาลต้องประกาศบังคับใช้ "เคอร์ฟิว" ห้ามออกจากเคหสถานเวลา 22.00น.- 04.00 น. ทั่วประเทศ ในวันที่ 3 เมษายน 2563 เพื่อหวังว่าจะช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อลงได้ แนนอนว่าต้องเกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ทุกภาคส่วน ในส่วนของบริษัทเอกชนเริ่มปรับตัวเข้าหาช่องทางทางเทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อลดการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และเว้นระยะห่างทางสังคม โดยมีนโยบายให้ทำงานจากที่บ้าน (Work from home) มากขึ้น ในหลายๆ บริษัท และจากความร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชนนั้น ไม่นานสถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มคลี่คลายลงในช่วงเดือนพฤษภาคม 2563 จนได้เห็นสถิติของผู้ติดเชื้อ 0 คน และไม่มีผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้น ประชาชนทุกคนเริ่มออกมาใช้ชีวิตกันเกือบจะเป็นปกติ แต่แล้วเชื้อของโรคโควิด-19 ยังไม่หายไปง่ายๆ กลับมาระบาดอีกครั้ง (ระลอกที่ 2) ในช่วงเดือนธันวาคม 2563 - เดือนกุมภาพันธ์ 2564 และต่อเนื่องเป็นระลอกที่ 3 เมื่อช่วงมีนาคม 2564 ที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการระบาดระลอกที่ 3 นี้ มีความรุนแรงกว่า 2 ระลอกแรก โดย ศ.นพ.ประสิทธิ์ วัฒนาภา คณบดีคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ตั้งข้อสังเกตในการแถลงข่าวว่าเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์อังกฤษที่ชื่อว่า "B.1.1.7" ที่มีการระบาดในระลอกนี้ เป็นสายพันธุ์ที่แพร่กระจายเร็วขึ้นกว่าสายพันธุ์ที่เคยแพร่ระบาดในครั้งก่อนและการศึกษาล่าสุดพบว่าอาจทำให้เสียชีวิตเพิ่มขึ้น

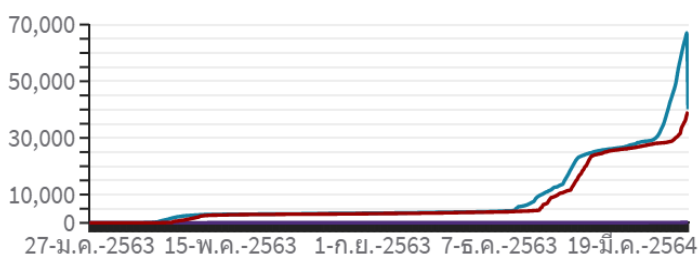
([www.bbc.com/thai/สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2564](http://www.bbc.com/thai/สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2564))

โดยภาพรวมของการระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทยดังแสดงในรูปที่ 1

### สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19

ติดเชื้อ: 68,984 เสียชีวิต: 245 หายแล้ว: 39,258

■ ติดเชื้อ ■ เสียชีวิต ■ หายแล้ว



ที่มา: กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ 2 พ.ค. 2564

BBC

### รูปที่ 1 สถิติการระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย , กรมการควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข

จากข้อมูลข้างต้นส่งผลให้ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือร่วมใจกันอีกครั้งหนึ่ง ในการช่วยกันเว้นระยะห่างทางสังคม โดยส่งเสริมให้มีการทำงานจากที่บ้าน (Work from home) และอยู่บ้านเพื่อหยุดเชื้อ ปัจจัย 4 ที่มนุษย์จำเป็นในการดำรงชีพ คือ 1.) ยารักษาโรค 2.) เครื่องนุ่งห่ม 3.) ที่อยู่อาศัย และอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์ดำรงชีพ

อยู่ได้ คือ 4.) อาหาร ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าสิ่งที่ตอบโจทย์การดำรงชีวิตแบบ New normal ได้ดีที่สุด ณ เวลานี้ คือ บริการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ซึ่งมีให้เลือกใช้บริการหลายแอปพลิเคชัน อาทิเช่น

1. Food Panda ที่เป็นเจ้าแรก ๆ ของบริการสั่งอาหารออนไลน์ 24 ชั่วโมง ที่รวมร้านดัง ได้มาตรฐาน ใน กรุงเทพฯ และจังหวัดต่าง ๆ ด้วยแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีระบบแจ้งเตือนบอกวาพนักงานจัดส่งอยู่ตรงไหนแล้ว ทำให้สามารถติดตามสถานะของแอปสั่งอาหารของคุณได้รวดเร็ว และหลังจากสมัครสมาชิกไปแล้วจะมีโค้ดส่วนลดค่าจัดส่งมาให้ทางอีเมลบ่อย ๆ ด้วย

2. LINEMAN โดยปกติคนส่วนใหญ่มักจะใช้แอปพลิเคชัน Line กันอยู่แล้ว ซึ่งผู้ที่ต้องการจะใช้บริการจะโหลดแอปพลิเคชัน Lineman ได้ก็ต่อเมื่อโหลดแอป LINE ไว้ในเครื่องแล้วเท่านั้น โดยสองแอปนี้จะมีการเชื่อมต่อข้อมูลกัน ในกรณีที่คุณสั่งอาหารทางไลน์แมนจะให้คุณกดยืนยันราคาผ่าน LINE ทุกครั้ง ไม่เช่นนั้นแล้วจะสั่งอาหารไม่สำเร็จ และคุณสามารถชำระเงินได้ปลายทาง โดยมีโปรโมชั่นค่าส่งไม่เกิน 6 กิโลเมตรแรก 10 บาท รวมถึงคูปองส่วนลดไลน์แมนต่าง ๆ ให้เลือกใช้เยอะ และสามารถร้องขอหมายเหตุเพิ่มเติมไปกับฟีดแบ็กไลน์แมน เช่น "พี่คะ ขอเพิ่มซอสพริกเยอะ ๆ หน่อย" รวมถึงหากไม่มีรายการเมนูในแอปพลิเคชันเราสามารถกดเพิ่มเข้าไปได้ เพื่อให้ไลน์แมน Confirm เมนูกับทางร้านให้เปิดเมนูนี้ให้เราได้

3. Uber Eats เป็นแอปพลิเคชันส่งอาหารที่มีบริการอยู่ทั่วโลก ซึ่งหากคุณต้องเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ บ่อย ๆ คงเคยได้ใช้บริการคนส่งอาหารจากอูเบอร์ ซึ่งบริการรวดเร็วจัดส่งจากร้านอาหารพื้นที่ใกล้บ้าน แต่ปัจจุบันนี้ในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการให้บริการโดยย้ายไปอยู่ภายใต้การดูแลของ Grab ประเทศไทยแล้ว

4. Grab food เป็นแอปพลิเคชันส่งอาหารที่รวบรวมร้านอาหารดัง และร้านอาหาร Street Food ไว้มาก อยู่ทุกตรอกซอกซอยก็ค้นหาพบ อีกทั้งแอปพลิเคชันใช้งานง่าย มีโค้ดส่วนลด Grab Food ทุกเดือน ๆ ตามยอดขั้นต่ำ โดยเฉพาะช่วงที่มีโปรโมชั่นคู่กับบัตรเครดิตก็เอามาใช้ลดรวมกันได้อีก และหากคุณมีคำร้องขอเพิ่มเติมก็สามารถโทรไปยังคนขับแกร็บเพื่อให้ช่วยดูแลคำสั่งซื้อของคุณได้ด้วย

5. Gojek เป็นแอปพลิเคชันส่งอาหารเดลิเวอรี่เจ้าใหม่ ที่มีโปรโมชั่นร้อนแรงไม่แพ้เจ้าอื่น ๆ ทั้งโค้ดส่วนลดค่าจัดส่ง และการเลือกร้านอาหารที่เป็นร้านดังของคนเมือง ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์สัญชาติไทยแท้ที่เข้าใจพฤติกรรมการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ของไทยเป็นอย่างดี จึงเปิดให้บริการแบบเดินส่งถึงที่ ซึ่งกำหนดระยะเวลาให้บริการว่า จะต้องไม่เกิน 30 นาทีเท่านั้น

6. Skootar บริการส่งอาหาร Skootar เปิดให้บริการเฉพาะเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเท่านั้น มีบริการฝากส่งอาหารด้วยกล่องเก็บอุณหภูมิขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถใช้บรรจุได้ไม่เกิน 20 กิโลกรัม โดยใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันมือถือ หรือกดผ่านเว็บไซต์ สั่งให้ตัวเอง หรือสั่งให้ไปส่งที่อยู่เพื่อนก็ได้ และสามารถเลือกเวลาส่งล่วงหน้าได้ด้วย และหากคุณสามารถเลือกบริการรับกล่องใส่อาหารเพิ่มเติมได้ในกรณีที่กลัวว่าอาหารจะแตกหักเสียหาย

7. LalaMove มีบริการส่งพัสดุกายใน 1 ชั่วโมงด้วยรถจักรยานยนต์ จึงสามารถส่งอาหารผ่านช่องทางนี้ได้ด้วย และช่วงที่ไม่มีโควิด-19 จะมีพนักงาน LalaMove วิ่งอยู่ 24 ชั่วโมง แต่ช่วงนี้จะมีเวลาทำการเฉพาะตามนโยบายท้องที่เท่านั้น และ LalaMove ยังให้บริการรับส่งอาหารจากร้านที่ไม่มีชื่อร้านอยู่ในแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ใด ๆ ก็ตาม เพราะใช้เพียง ชื่อ และเบอร์โทรศัพท์ของผู้ส่ง เราก็สั่งให้ไปรับของมาส่งให้เราได้แล้ว

ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ของผู้ที่ไม่ประสงค์ออกไปข้างนอกบ้าน เพื่อลดการพบปะผู้คน และลดความเสี่ยงในการติดเชื้อข้างต้น ยังคงต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้เสนอรายใหม่ที่ยากจะเข้ามาทำตลาดแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์นี้ที่ต้องการแข่งขันที่สูงขึ้นในเรื่องของนโยบายต่าง ๆ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการที่ถูกต้องให้กับผู้ใช้บริการ

([www.thairath.co.th/lifestyle/life/1808654/สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2564](http://www.thairath.co.th/lifestyle/life/1808654/สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2564))

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่ต่างกัน

### สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตตัวแปรด้านเนื้อหาการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีดังต่อไปนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix : 7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพ และการนำเสนอ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2 ตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2. ขอบเขตด้านประชากรการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลรวม 14,289,940 คน ( ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ สถิติแรงงาน จำนวนประชากร จำแนกตามสถานภาพแรงงาน และเพศ เป็นรายจังหวัด พ.ศ.2563) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กำหนดขนาดของตัวอย่างด้วยการใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973:125, อ้างถึงในธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 หน้า 47) โดยกำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ 0.05 จากจำนวน ประชากร 14,289,940 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วยจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครปฐม จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่เดือน เมษายน- กรกฎาคม 2564 โดยมีระยะเวลา รวม ประมาณ 4 เดือน

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย**

1. เพื่อให้ได้ทราบถึงลักษณะของการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

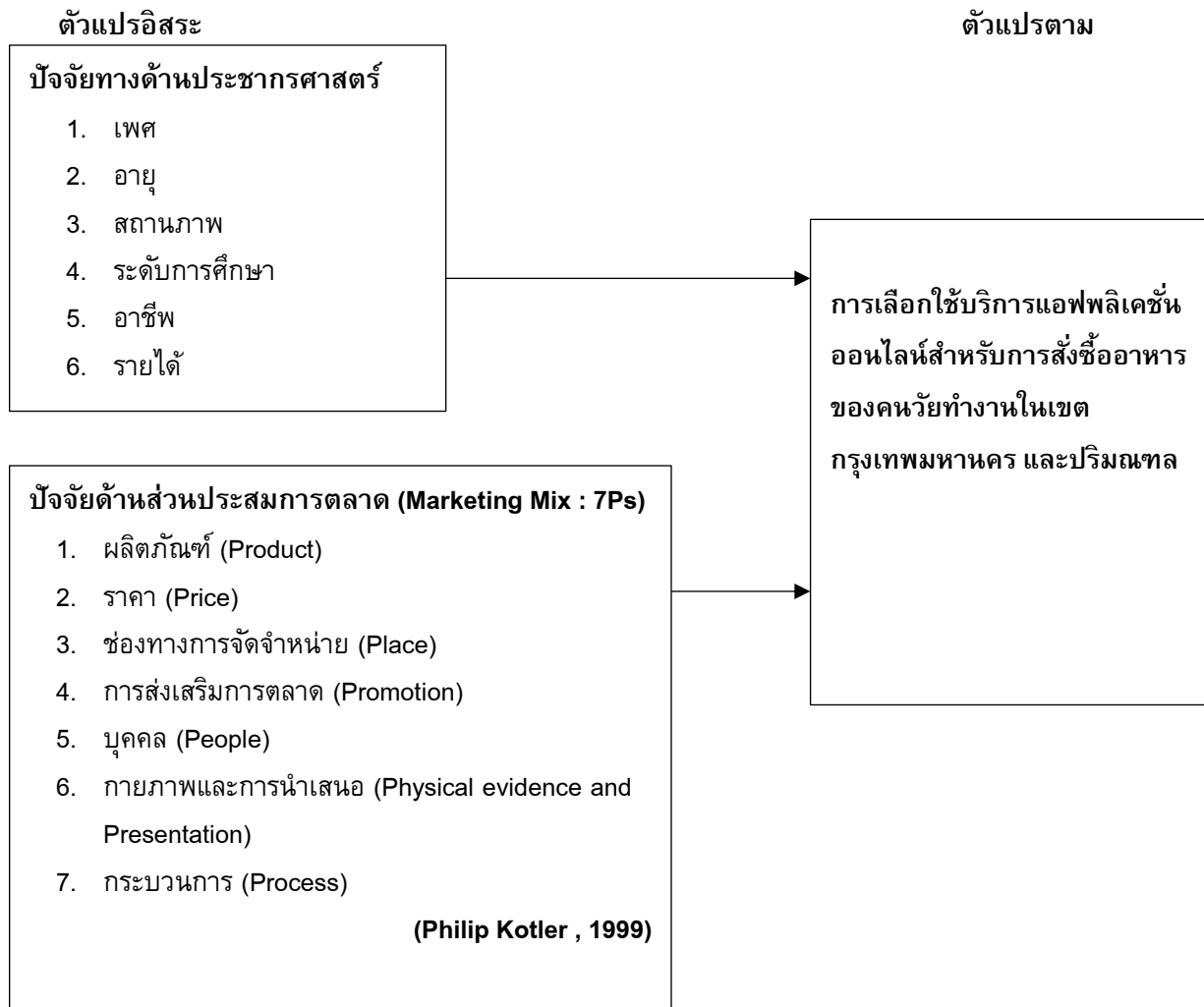
2. เพื่อให้ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับ การเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

3. เพื่อนำผลจากการวิจัยนำไปให้ฝ่ายบริหารของบริษัทที่ให้บริการด้านแอปพลิเคชันสำหรับจัดส่งอาหารออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปทำการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน

4. ฝ่ายบริหารของบริษัทที่ให้บริการด้านแอปพลิเคชันสำหรับจัดส่งอาหารออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อประกาศนโยบายใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

5. เป็นแนวทางให้นักวิชาการ นักวิจัย ตลอดจนผู้ที่สนใจในเรื่องของแอปพลิเคชันสำหรับสั่งซื้ออาหารออนไลน์ ใช้สำหรับประกอบการวิจัยหรือพัฒนาต่อยอดการวิจัยให้เกิดประโยชน์แก่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

## กรอบแนวคิดงานวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ( Google form) เกี่ยวกับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ศึกษารวบรวมและดัดแปลง ปรับปรุงจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถาม เป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1: เป็นส่วนของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, อาชีพ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ออฟฟิเคชั่นออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 35 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- |                                   |             |
|-----------------------------------|-------------|
| 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์            | จำนวน 5 ข้อ |
| 2. ปัจจัยด้านราคา                 | จำนวน 5 ข้อ |
| 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | จำนวน 5 ข้อ |
| 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด   | จำนวน 5 ข้อ |
| 5. ปัจจัยด้านบุคคล                | จำนวน 5 ข้อ |
| 6. ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ   | จำนวน 5 ข้อ |
| 5. ปัจจัยด้านกระบวนการ            | จำนวน 5 ข้อ |

ตอนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้ออฟฟิเคชั่นออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมข้อมูลทั้งทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สังเคราะห์ข้อมูล และดำเนินการสร้างข้อคำถาม โดยการรวบรวมคำสำคัญ แนวคิดที่ศึกษามาเป็นคำนิยามศัพท์ สร้างข้อคำถามให้สอดคล้องกับคำนิยามศัพท์ ให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการประเมิน

3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและตรวจสอบเนื้อหาแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่

4. นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้หัวหน้างานที่มีประสบการณ์ด้านงานวิจัย เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม จำนวน 3 ท่าน (รายงานอยู่ในภาคผนวก ก) เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ความเหมาะสมของภาษาและความครอบคลุมของประเด็นที่ศึกษา โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยามตัวแปร (Index of Item-Objective Congruence) หรือเรียกย่อๆ ว่าค่า IOC ค่า  $IOC \geq .50$  หมายความว่า ข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่จะวัด

5. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha reliability coefficient) ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปได้ค่า  $\alpha$  ออกมาเท่ากับ 0.97 แล้วทำการปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยยกการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แบ่งได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)



2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากข้อคิดเห็นของตัวแปรอิสระ ด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix 7P's) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square Test) โดยใช้วิธีการทดสอบความเป็นอิสระ (Test of independent) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การทดสอบสมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (Marketing mix 7P's) กับตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 56.10 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 จำแนกตามอายุส่วนใหญ่ อายุ 26-35 ปีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ อายุ 36-45 ปีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 อายุ 15-25 ปีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 อายุ 46-55 ปีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20 ตามลำดับจำแนกตามสถานภาพส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่น้อยที่สุด คือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 จำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 69.30 รองลงมา คือ มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดการศึกษายู่ในระดับสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 จำแนกตามอาชีพส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20 อาชีพอิสระ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ น้อยที่สุด คือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 จำแนกตามรายได้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 -30,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 มีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนตั้งแต่ 30,001 –40,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยที่สุด คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 ข้อคิดเห็นด้านส่วนประสมการตลาด ให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปผลได้ดังนี้

### 1.1 ปัจจัยด้านผลิตผลิตภัณฑ์

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ มีร้านอาหารหลากหลายชนิดและประเภทให้เลือกอยู่ในระดับมาก มีความหลากหลายของช่องทางการชำระค่าบริการอยู่ในระดับมาก ร้านอาหารที่ให้บริการมีตั้งแต่ร้านอาหารขนาดเล็กไปจนถึงร้านอาหารชั้นนำและมีชื่อเสียงอยู่ในระดับมาก ระยะเวลาในการจัดส่งรวดเร็วและตรงตามเวลาที่กำหนดอยู่ในระดับมาก และผู้ให้บริการจัดส่งอาหารมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดีอยู่ในระดับมาก

### 1.2 ปัจจัยด้านราคา

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวม การใช้บริการจัดส่งอาหารมีความคุ้มค่าหากเทียบกับเงินที่ท่านจ่ายไปอยู่ในระดับมาก อัตราค่าบริการในการจัดส่งอาหารมีความเหมาะสมกับระยะทางการให้บริการอยู่ในระดับมาก อัตราค่าบริการในการจัดส่งอาหารมีราคาถูกกว่าค่าบริการแบรนด์อื่นอยู่ในระดับมาก อัตราค่าบริการในการจัดส่งอาหารมีราคาถูกกว่าค่าบริการแบรนด์อื่นอยู่ในระดับมาก และอัตราค่าบริการไม่แตกต่างจากผู้ให้บริการแบรนด์อื่นอยู่ในระดับมาก

### 1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ พื้นที่ในการให้บริการจัดส่งอาหารครอบคลุมทุกพื้นที่อยู่ในระดับมาก ระบบติดตามการขนส่ง สามารถติดตามได้ตลอดเวลาการเดินทางอยู่ในระดับมาก ช่วงเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้ออาหารมีรูปแบบการใช้งานง่ายอยู่ในระดับมาก และแอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้ออาหารมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับมาก

### 1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ค่าบริการจัดส่งราคาพิเศษอยู่ในระดับมาก มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก มีการจัดกิจกรรมร่วมกับร้านอาหารที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ เรียงลำดับ ได้แก่ มีการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับปานกลาง และการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำแบรนด์ได้ง่ายมากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง

### 1.5 ปัจจัยด้านบุคคล

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ พนักงานปฏิบัติหน้าที่จัดส่งอาหารได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก พนักงานแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบในกรณีที่เกิดปัญหาระหว่างการจัดส่งหรือการรอคิวที่ต้นทางอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับเส้นทางการจัดส่งอยู่ในระดับมาก พนักงานส่งอาหารให้บริการด้วยความเป็นมิตร สุภาพเรียบร้อยอยู่ในระดับมาก และพนักงานส่งอาหารสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและชัดเจนอยู่ในระดับมาก

### 1.6 ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ อุปกรณ์ที่ใช้จัดวางอาหารเพื่อการจัดส่งดูสะอาด และปลอดภัยอยู่ในระดับมาก รูปแบบหน้าตาของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์มีความสวยงามและทันสมัยอยู่ในระดับมาก ยานพาหนะที่ใช้ในการให้บริการถูกต้องตามกฎหมายอยู่ในระดับมาก ชุดยูนิฟอร์มของพนักงานส่งอาหาร บ่งบอกถึงแบรนด์ของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก และชุดยูนิฟอร์มของพนักงานส่งอาหารสะอาดและดูดี อยู่ในระดับมาก

### 1.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ การจัดส่งอาหารทันตามระยะเวลาที่กำหนดอยู่ในระดับมาก กระบวนการจ่ายเงินมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ขั้นตอนในการชำระเงินไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมาก ขั้นตอนในการสั่งซื้ออาหารไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมาก และขั้นตอนในการสมัครและเข้าใช้บริการสะดวกและรวดเร็วอยู่ในระดับมาก

2. ผลการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการสั่งซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารไม่แตกต่างกัน

2.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารไม่แตกต่างกัน

2.5 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับการสั่งซื้ออาหารไม่แตกต่างกัน

2.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายชื่อนั้นระยะเวลาในการจัดส่งรวดเร็ว และตรงตามที่กำหนด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.8 ปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายชื่อนั้นก็ไม่แตกต่างกัน

2.9 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายชื่อนั้นก็ไม่แตกต่างกัน

2.10 ปัจจัยด้านช่องทางการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายชื่อนั้นก็ไม่แตกต่างกัน

2.11 ปัจจัยด้านบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายชื่อนั้นก็ไม่แตกต่างกัน

2.12 ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันออนไลน์สำหรับการซื้ออาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายชื่อนั้นก็ไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.ด้านประชากรศาสตร์ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับสั่งซื้ออาหาร ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต้องให้ความสำคัญกับการทำตลาดให้เข้าถึงกลุ่มคนแต่ละอาชีพ แต่ละช่วงอายุ รวมไปถึงสถานภาพ ของผู้ใช้บริการ

2.ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับการที่มีร้านอาหารหลากหลายชนิด และประเภทในแอปพลิเคชันให้เลือกลงนั้นผู้ทำธุรกิจแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับสั่งซื้ออาหาร ต้องมีการเพิ่มความหลากหลายของประเภทอาหารที่มีอยู่ในแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

3.ด้านราคา ผู้ใช้บริการมองภาพรวมของความคุ้มค่าเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับการพิจารณาภาพรวมแล้ว การใช้บริการจัดส่งอาหารมีความคุ้มค่าหากเทียบกับเงินที่ผู้ใช้บริการจ่ายไป จึงต้องเข้าถึงการสร้างความน่าพอใจในภาพรวมให้กับแบรนด์ นั้นหมายความว่าผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย

4.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับพื้นที่ในการให้บริการจัดส่งอาหารครอบคลุมทุกพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าแบรนด์ไหนที่มีการกระจายอยู่ของพนักงานจัดส่งได้ครอบคลุมพื้นที่จะช่วยสร้างความรู้จักให้กับแบรนด์เพิ่มมากขึ้น และจะช่วยให้เข้าถึงผู้ใช้บริการได้เพิ่มมากขึ้น

5.ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับค่าบริการจัดส่งราคาพิเศษ เพื่อให้ลูกค้ากดเข้ามาเลือกใช้ออปพลิเคชันของผู้ให้บริการ ควรสร้างความเข้าถึงโดยการจําหน่ายการค่าบริการจัดส่งราคาพิเศษสำหรับบางเขตพื้นที่ที่ยังเข้าถึงผู้บริโภคได้น้อย เพื่อเป็นขยายตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

6. ด้านบุคคล ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับพนักงานจัดส่งปฏิบัติหน้าที่จัดส่งอาหารได้เป็นอย่างดี องค์กรควรมีการจัดฝึกอบรมเพื่อถ่ายทอดเทคนิคในการดูแลรักษาอาหารที่ผู้ให้บริการส่งให้คงสภาพอยู่ได้แบบ 100% ไม่ต่างจากการที่ลูกค้าเข้าไปซื้อเองที่หน้าร้าน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้ให้บริการ

7. ด้านกายภาพและการนำเสนอ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้จัดวางอาหารเพื่อการจัดส่งดูสะอาด และปลอดภัย ดังนั้นอุปกรณ์กล่องท้ายรถที่ใช้สำหรับวางอาหารของผู้ให้บริการต้องดูใหม่ และสะอาดอยู่เสมอ เพื่อความไว้วางใจและรู้สึกปลอดภัยให้กับผู้ให้บริการ

8. ด้านกระบวนการ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับกระบวนการจ่ายเงินมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ องค์กรต้องสร้างความน่าเชื่อถือ และมีความชัดเจนกับผู้ให้บริการ โดยการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน ให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล หากผู้ให้บริการสะดวกที่จะใช้บัตรเครดิต และเดบิตในการชำระค่าบริการ

9. จากผลการวิจัยด้านส่วนประสมการตลาด ภาพรวมผู้ให้บริการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นหลักในเรื่องของระยะเวลาในการจัดส่งรวดเร็วและตรงตามกำหนด องค์กรควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก และแม้ว่าปัจจัยอื่นๆ อีก 6 ปัจจัย จะไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับสั่งซื้ออาหาร แต่ก็ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้องค์กรดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างมีคุณภาพ จึงต้องให้ความสำคัญด้วย

### ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าบางรายต้องปิดทำการไป และไม่สามารถเปิดให้บริการได้ในบางพื้นที่ ทำให้สถานการณ์ตลาดในภาพรวมจึงยังคงผันผวนและไม่เป็นไปตามสถานการณ์ปกติ รวมถึงข้อจำกัดในการลงพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่จริง อาจจะทำให้ยังเข้าถึงผู้ให้บริการได้ไม่ครอบคลุมมากนัก จึงอาจส่งผลให้ผลการวิจัยนี้เกิดการคาดเคลื่อนหากกลับไปสู่สภาวะปกติ

### เอกสารอ้างอิง

นางสาวจุฑารัตน์ เกียรติรัตมี. (2558), *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*

นางสาวสลิษา แสงทองฉาย. (2560), *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานคร*

นางสาวพิมพ์พมผกา บุญธนาพีริชต์. (2560), *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*

นางสาวณัฐรญา พงศ์สุพัฒน์. (2561), *การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร*

พิมพ์ภา วีระโยธิน. (2562), *ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันอูเบอร์ อีท เพื่อบริการรับส่งอาหาร*

นางสาวชุลีพรรณ แสนพนธ์, นางสาวลีลา เตี้ยสูงเนิน. (2562), *พฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่ด้วย Mobile Applicationของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี*

นางสาวพิรานันท์ แกล่งกล้า. (2562), การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการส่งอาหารเดลิเวอรี่ใน กรุงเทพมหานคร

ทรงพร เทือกสุบรรณ. (2562), ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่าน แอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

นัชนิภา จันสุข, สุภาภรณ์ โตโสภณ, สมศักดิ์ ฤทธิ์ภักดี. (2563), ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตคันทันยาว กรุงเทพมหานคร

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563), “หลังโควิด-19 ธุรกิจ Food Delivery ขยายตัวบนการแข่งขันที่ยิ่งรุนแรง ผู้ให้บริการแพร่ต ฟอร์มรุกไปสู่ Super Application” ฉบับที่ 3128 วันที่ 5 สิงหาคม 2563

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563), สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ จำนวนประชากร จำแนกตามสถานภาพ แรงงาน และเพศ เป็น รายจังหวัด สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/02.aspx> เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

กรมการควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข. (2564), สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย สืบค้นจาก [www.bbc.com/thai/](http://www.bbc.com/thai/) สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับสั่งซื้ออาหารออนไลน์. (2564), สืบค้นจาก [www.thairath.co.th/lifestyle/life/1808654](http://www.thairath.co.th/lifestyle/life/1808654) สืบค้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2564