

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร¹

FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION USING

THE SERVICE ROBINHOOD FOOD DELIVERY APPLICATION IN BANGKOK

ว่าที่ ร.อ.ปรีวัฒน์ แก้วศรีนวม²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood โดยศึกษาปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างจุดเด่น ให้ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood เกิดความพึงพอใจมากที่สุด และเป็นแอปพลิเคชันสั่งอาหารแอปพลิเคชันแรกที่ถูกคัดเลือกใช้ ซึ่งการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามจำนวน 409 ชุด และทำการวิเคราะห์ผลวิจัยทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านสังคม ด้านอารมณ์ โดยปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood และ 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการสร้างเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าทั้งหมด ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood

Abstract

The purpose of this research is to study customer satisfaction using Robinhood food delivery application services. By study the value factors provided to employees and the quality of service provided by reception customers who use the Robinhood food delivery application service, so that entrepreneurs can answer questions. Customers who use Robinhood food delivery application services. The most satisfied and is the first food ordering application that customers choose to use. The process of collecting data from the sample group through a questionnaire of 409 sets and analyzing the statistical results using a

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโทหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ คณะรัฐศาสตร์และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

statistical package program. The results showed that 1) perceived value factors affecting customer satisfaction using Robinhood food delivery application, namely quality, social and emotional factors, with price factors not affecting service satisfaction. use Robinhood food delivery application services, and 2) Service Quality Factors The results showed that physical aspect reliability customer response aspect of building confidence All aspects of customer care affect the satisfaction of Robinhood food delivery application users.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้น หลายธุรกิจได้รับผลกระทบครั้งใหญ่ มาตรการล็อกดาวน์ของภาครัฐ หรือจำกัดพื้นที่การออกนอกเคหะสถาน รายได้จึงลดลงหลายๆธุรกิจได้ใช้ช่องทางออนไลน์ขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจส่งสินค้า (Delivery) ส่งอาหาร โดยธุรกิจส่งอาหารตามบ้านหรือสถานที่ต่างๆตามที่ลูกค้าต้องการนั้น กำเนิดขึ้นในปี ค.ศ.1958 โดยเกิดจากร้านพิซซ่าในประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้แบรนด์ Pizza Hut โดยสองพี่น้องตระกูล Carney เมืองวิชิต้า มลรัฐแคนซัส สหรัฐอเมริกา ทำการตลาดโดยการให้บริการส่งพิซซ่าตามบ้านและการนั่งทานในร้านซึ่งสามารถเพิ่มยอดขายให้ทางร้านได้มากถึง 40 % จากการขายแบบนั่งทานในร้านปกติ โดยในช่วงแรกนั้นให้บริการการส่งอาหารทางโทรศัพท์เป็นหลักจนปัจจุบันโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ทำให้มีเครื่องขายอินเทอร์เน็ตครอบคลุมไปทุกพื้นที่จึงมีการส่งอาหารทางอินเทอร์เน็ตผ่าน Application มาตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สืบเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่รีบเร่ง และต้องการความสะดวกรวดเร็วถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการร้านอาหารในการนำเทคโนโลยีมาช่วยบริหารต้นทุนการดำเนินการและเพิ่มช่องทางใหม่ในการให้บริการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างหลากหลาย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า,2562) โดยในระยะเวลา 4-5ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันมากขึ้นนั่นก็คืออินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่สามารถโทรศัพท์ได้ เล่นอินเทอร์เน็ตได้ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ รวมถึงการสั่งอาหารจากApplicationสั่งอาหาร (Food Delivery Application)

Applicationสั่งอาหาร (Food Delivery Application) เป็นหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีหรือ Digital Disruption ที่เข้ามามีผลอย่างมากต่อธุรกิจร้านอาหาร โดยการเข้ามาของเทคโนโลยีนี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในห่วงโซ่ธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคสะท้อนจากการขยายตัวของธุรกิจการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ที่มีการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีในปี พ.ศ. 2557 – 2561 อยู่ที่ร้อยละ 11 สูงกว่าการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 11 สูงกว่าการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่เพียงร้อยละ 3 - 4 ต่อปี และคาดว่าในปี 2562 จะมีมูลค่าสูงถึงประมาณ 3.3 – 3.5 หมื่นล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2562) สำหรับการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจ Food Delivery ยังเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจร้านอาหารด้วย อาทิ ร้านอาหาร

ขนาดเล็กให้สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มลูกค้ารายใหม่ๆ ได้มากขึ้น หรือผู้ที่รับจ้างส่งอาหาร (Rider) มีงานรับส่งอาหารที่มากขึ้นทำให้รายได้ก็เพิ่มมากขึ้นด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าธุรกิจให้บริการ Food Delivery เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่จากร้านอาหารต่างๆ ต้องการเพิ่มยอดขายสินค้า และผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ออกบทวิเคราะห์ โดยระบุว่า ธุรกิจ Food Delivery ในปี 2566 นั้นอาจจะ “หดตัว” ท่ามกลางโจทย์ท้าทายในการรักษายอดขายของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Food Delivery ในปี 2566 ธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พักน่าจะมียอดค่าประมาณ 8.1-8.6 หมื่นล้านบาท หดตัว 0.8% ถึง 6.5% (จากฐานที่สูงในปี 2565) อย่างไรก็ตาม มูลค่าธุรกิจจัดส่งอาหารไปยังที่พักดังกล่าวก็ยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างมาก โดยทิศทางหดตัวดังกล่าวนี้เกิดขึ้นสอดคล้องไปกับภาพอุตสาหกรรม Food Delivery ในหลายประเทศที่มีการปรับลดลงหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ฟื้นตัวดีขึ้น

อย่างไรก็ตามการชะลอตัวของคำสั่งซื้อผ่านช่องทาง Food Delivery ก็เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยาก และทิศทางดังกล่าวก็เกิดขึ้นสอดคล้องไปกับภาพอุตสาหกรรม Food Delivery ในหลายประเทศที่มีการปรับลดลงหลังจากสถานการณ์โควิดฟื้นตัวดี และผู้บริโภคกลับออกมาใช้ชีวิตประจำวันได้ตามปกติ ส่งผลให้ในระยะข้างหน้าผู้ประกอบการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารที่ยังมีขีดความสามารถในการแข่งขัน จะเป็นกลุ่มที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหลืออยู่ในอย่างรวดเร็ว และมีการรักษามาตรฐานของร้านอาหารบนแพลตฟอร์ม รวมถึงสามารถนำเสนอคุณค่าของบริการที่มีไปยังทุกภาคส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ธุรกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2566)

ปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการหลายหลายเข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้นทั้ง Line Man, Food Panda, Grab Food และ Robinhood เพื่อเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดในธุรกิจส่งอาหารในประเทศไทย ซึ่งในอดีตนั้น ก็มีหลายบริษัทที่ทำธุรกิจนี้แต่ไม่สามารถยืนระยะได้ต้องปิดตัวลงไปหลายบริษัท เช่น Get Food, Go jek, Uber Eats, Eat ranger เป็นต้น จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการแข่งขันของผู้ประกอบการในธุรกิจบริการ Application ส่งอาหาร Food Delivery ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านความพึงพอใจการใช้บริการ Application Robinhood เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างจุดเด่น จุดแข็งให้กับแพลตฟอร์มของตนเองเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาบริการให้ครบวงจร และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ และเป็น Application แรกที่ลูกค้าเลือกเมื่อต้องการสั่งอาหาร

“โรบินฮู้ด” แพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรีสัญชาติไทย โดย บริษัท เพอร์เฟิล เวนเจอร์ส จำกัด ในเครือเอสซีบี เท็นเอกซ์ (SCB 10X) พัฒนาขึ้นจากความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยเฉพาะร้านเล็ก ๆ จำนวนมากกว่า 16,000 ร้านค้า

ในการเพิ่มโอกาสการขาย แก้ปัญหาที่เดิมไม่สามารถค้าขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่สูง ด้วยการไม่คิดค่าธรรมเนียมการใช้แพลตฟอร์ม (จีพี) ร้านค้าได้รับเงินเร็วภายใน 1 ชั่วโมง ทำให้มีกระแสเงินหมุนเวียนในการต่อยอดธุรกิจและช่วยให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในช่วงวิกฤต

เศรษฐกิจ นอกจากนี้ โรบินฮู้ดแพลตฟอร์มของคนไทยยังมีส่วนช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนส่งอาหารหรือไรเดอร์อีกกว่า 10,000 คน ท่ามกลางภาวะเปราะบางในตลาดแรงงานที่ตัวเลขอัตราว่างงานเพิ่มสูงขึ้น และช่วยให้ไรเดอร์ได้รับเงินรายได้อย่างเป็นธรรม ไม่ต้องสำรองเงินเพื่อจ่ายค่าอาหารให้กับลูกค้าด้วยโรบินฮู้ดกำหนดให้ระบบชำระเงินเป็นดิจิทัลเพย์เมนต์ 100% ให้ลูกค้าสามารถจ่ายเงินค่าอาหารให้กับร้านค้าได้ผ่านการตัดบัญชีใน SCB EASY หรือตัดบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเติมเงิน ปลอดภัยไม่ต้องสัมผัสเงินสด และมีร้านอาหารทางเลือกที่หลากหลายให้กับลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะร้านเล็ก ๆ ร้านใกล้บ้าน รวมถึงร้านที่ไม่เคยอยู่บนแพลตฟอร์มส่งอาหารใดมาก่อนอีกด้วย โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นตั้งใจให้ “โรบินฮู้ด” เป็น Application ที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาแพลตฟอร์มให้ดียิ่งขึ้น จึงได้เปิดให้บริการส่งอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตั้งแต่วันที่ 26 ตุลาคม 2563 เป็นต้นไป (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2563)

คำถามในการวิจัย

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Application ส่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด
2. ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้และปัจจัยคุณภาพการบริการ Application ส่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด
3. ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Application ส่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Application ส่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยคุณค่าที่รับรู้และระดับปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ Application ส่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อปัจจัยที่ใช้บริการ Application ส่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า นำเสนอ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกพิจารณาตามหัวข้อได้ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction)

ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่เป็นนามธรรม มักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น เป็นความพึงพอใจในทางบวก เป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจและเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการของตน

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ
3. ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดให้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือปัจจัยคุณค่าที่รับรู้และปัจจัยคุณภาพการบริการรวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบต่างๆดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรในสมมติฐานของงานวิจัยครั้งนี้ โดยมีตัวแปรอิสระทั้งหมด 2 ตัวแปร ซึ่งนำมากำหนดเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ Application Robinhood

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ Application Robinhood

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้

ด้านคุณภาพ
ด้านราคา
ด้านสังคม
ด้านอารมณ์

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจการใช้บริการ Application Robinhood

ปัจจัยคุณภาพการบริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ
ด้านความน่าเชื่อถือ
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
ด้านการสร้างความเชื่อมั่น
ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจ (Survey research) ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม (questionnaires) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) นำมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics)

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ Application Robinhood ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ให้บริการของบริษัท เพอร์เฟิล เวนเจอร์ส จำกัด ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ใช้บริการ Application Robinhood ทำให้ผู้วิจัยนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

กลุ่มประชากรเป้าหมาย

ประชากร (Population)ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ประชากรที่เคยใช้บริการ Application สั่งอาหาร Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 409 คน

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งใช้รูปแบบและวิธีการวิจัยเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood ซึ่งผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลผ่านทางโปรแกรมสำเร็จรูปและทำการสรุปผลการวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้นำกำหนดวิธีการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. กลุ่มประชากรเป้าหมายกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
3. สมมติฐานของงานวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การสรุปและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดขนาดของตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรที่เคยใช้บริการ แอปพลิเคชันสั่งอาหาร Robinhood ซึ่งถือว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มากอีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ที่เคยใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood ทำให้การวิจัยนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ว่าข้อมูลที่มีการกระจายตัวแบบปกติซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรของ Cochran ในการกำหนดขนาดตัวอย่างรายได้กำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุดคือ $P = 0.5$ และ $Q = 0.5$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีการยอมรับความคลาดเคลื่อนจากศูนย์ตัวอย่างได้ 5% ดังนั้นจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)

p = โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง

q = โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์เท่ากับ $1 - p$ ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้โดยงานวิจัยนี้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% หรือ 0.05 และเมื่อนำไปแทนค่าในส่วนที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดคือ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้คือ 5% จะได้ว่า

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

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Cochran ข้างต้นพบว่าจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่างทั้งนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นทั้งหมด 409 คนเพื่อให้งานวิจัยเกิดความแม่นยำที่มากขึ้นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มาก และผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ โดยการเก็บข้อมูลในการตอบแบบสอบถามผ่านการแจกแบบสอบถามแบบปกติและการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็วในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาความพึงพอใจใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยได้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่เพศอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณค่าที่ผู้รับรู้อของผู้ใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินความระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Applicationสั่งอาหาร Robinhood

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินการกลับมาใช้บริการ Application สั่งอาหาร Robinhood ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

คำถามในส่วนที่ 2-5 จะมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน 5 ระดับตามวิธีการของ Likert(Seven-point Likert Scales)ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

สำหรับเกณฑ์การแปลงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นผู้วิจัยใช้การแบ่งช่วงการแปลผลแบบการแบ่งอัตราภาคชั้น (Class Interval) เป็น 5 ระดับโดยคะแนนที่สูงที่สุดอยู่ที่ 5 คะแนนและคะแนนที่ต่ำที่สุดอยู่ที่ 1 คะแนนแล้วนำมาหาถึงกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= (\text{ข้อมูลที่ค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่ค่าต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1) / 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงระยะห่างของแต่ละอัตราภาคชั้นจะได้เท่ากับ 0.8 ทำให้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นของปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ ปัจจัยคุณภาพของการบริการ ปัจจัยด้านความพึงพอใจการให้บริการ Application สั่งอาหาร Robinhood ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยต่างๆในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยต่างๆในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยต่างๆในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยต่างๆในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยต่างๆในระดับน้อยที่สุด

สำหรับแบบสอบถามดังกล่าวได้ถูกประเมินความเที่ยงตรง(Validity)และความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการตรวจสอบเนื้อหาให้มีความครอบคลุมและตรงต่อปัจจัยที่จะศึกษาและมีการตรวจสอบ

ลักษณะของคำถามรวมถึงตรวจสอบคำถามให้เข้าใจง่าย และนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมตามคำแนะนำของอาจารย์ ก่อนส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม โดยจะเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ(Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตอบแบบสอบถามผ่านการแจกแบบสอบถามแบบปกติและการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำให้ได้ตัวอย่างจำนวนมากในระยะเวลาจำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยในช่วงเดือน 1 มิถุนายน 2566 – 1 กรกฎาคม 2566

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46 โดยอายุของคุณตัวอย่างอยู่ในช่วง 26 ถึง 35 ปีคิดเป็นร้อยละ 49.1 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 75.8 โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด 182 คนคิดเป็นร้อยละ 44.5 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,1-25,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 38.4 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการApplication Robinhood ของกลุ่มตัวอย่างผลการศึกษาพบว่าช่วงเวลาที่ใช้บริการผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการในช่วงกลางวัน 11.00 นถึง 13.59 น. ร้อยละ 35.9 รองลงมาคือช่วงเย็น 17.00 ถึง 20.59 ร้อยละ 29.1 โดยพื้นที่ที่ผู้ใช้บริการมากที่สุดคือกรุงเทพมหานครซึ่งคิดเป็นร้อยละ 63.8

ผลการศึกษาปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

1. ปัจจัยด้านคุณภาพมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2499 เมื่อพิจารณาตามรายชื่อ ร้านอาหารในApplication Robinhood มีคุณภาพดีมีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ Application Robinhood มีรายการอาหารให้เลือกได้หลากหลายมีค่าเฉลี่ย 4.32 Application Robinhood มีกระบวนการรับคำสั่งที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.31 Application Robinhood ให้บริการครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางทั่วถึงมีค่าเฉลี่ย4.16 และApplication Robinhood มีร้านอาหารเป็นจำนวนมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านราคามีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้ ดังนี้ ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมาก คือ Application Robinhood มีราคาอาหาร และค่าจัดส่งที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับการไปทานที่ร้านอาหารมีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ Application Robinhood มีราคาอาหารและค่าจัดส่ง

เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.19 Application Robinhood มีราคาอาหารและค่าจัดส่งคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไปมีค่าเฉลี่ย 4.19 Application Robinhood มีราคาอาหารและค่าจัดส่งที่เป็นไปตามสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ย 4. และ Application Robinhood มีราคาอาหารและค่าจัดส่งเหมาะสมกับเงินที่จ่ายไปมีค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านสังคมมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.9967 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากได้ ดังนี้

3. ปัจจัยด้านสังคมพบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด คือ การใช้บริการ Application Robinhood ช่วยสร้างความประทับใจกับผู้อื่นมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ การใช้บริการ Application Robinhood ช่วยทำให้รู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.04 และการใช้บริการ Application Robinhood ช่วยให้ผู้สนใจคุณมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.1406 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้ ดังนี้ ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด คือ รู้สึกชอบใช้บริการ Application Robinhood มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาด้วยลำดับความคิดเห็นเห็นด้วยมาก คือ รู้สึกมีความสุขทุกครั้งเมื่อใช้ บริการ Application Robinhood มีค่าเฉลี่ย 4.18 มีความรู้สึกที่ดีเมื่อใช้งานบริการ Application Robinhood มีค่าเฉลี่ย 4.120 และรู้สึกตื่นเต้นเมื่อใช้บริการ Application Robinhood มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2372 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้ ดังนี้ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด คือ รถที่ให้บริการส่งอาหารมีความสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา คือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ย 4.24 และตามมาด้วยความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการบริการมีความน่าสนใจมีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2268 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้ ดังนี้ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุด คือ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการได้ในระยะเวลาที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ Application Robinhood รักษาประวัติการให้บริการที่ดีมาตลอดมีค่าเฉลี่ย 4.22 พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องไม่ผิดพลาดมีค่าเฉลี่ย 4.21 และ Application Robinhood ให้บริการได้ตรงตามที่ระบุไว้ทุกประการมีค่าเฉลี่ย 4.21ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2461 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้ ดังนี้ ปัจจัยคุณภาพการบริการการตอบสนองต่อลูกค้าพบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุดคือ พนักงานใส่ใจที่จะปฏิบัติตามที่ลูกค้าต้องการมีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาคือ พนักงานตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.25 และพนักงานมีความยินดีรับฟังในสิ่งที่ลูกค้าต้องการมีค่าเฉลี่ย 4.21 มีค่า ส่วน ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการสร้างความเชื่อมั่น มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.9967 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้ ดังนี้ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการสร้างความเชื่อมั่น พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยมากที่สุดคือ โดยภาพรวมพนักงานมีความรู้เป็นอย่างดีในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ พนักงานมีความสามารถที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ย 4.29 และตามด้วยระดับความคิดเห็นมาก พนักงานมีข้อมูลเพื่อการบริการที่ถูกต้องมีค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

5. ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ลูกค้า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2396 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงตามลำดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้ ดังนี้ พนักงานมีความเต็มใจทำตามความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมา คือ พนักงานให้บริการด้วยความยินดีมีค่าเฉลี่ย 4.22 และตามด้วยความคิดเห็นเห็นด้วยมาก พนักงานสนใจดูแลความต้องการของลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ของผู้ใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่งผลถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ได้แก่ ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ ด้านสังคม และด้านอารมณ์ ในขณะที่ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่งผลถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการสร้างความเชื่อมั่น และด้านความเอาใจใส่ลูกค้า

การอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถพิจารณาเป็นรายชื่อได้ดังนี้ ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านสังคมส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.030 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุริดา อิวสวัสดิ์ (2562) “ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ Application Food Delivery” พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านลักษณะการให้บริการปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์และปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ด้านสังคมส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ Application Food delivery และจักรพันธ์ ตันชัย (2558) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจในการใช้งาน Application สิทธิพิเศษต่อความภักดี ต่อตราสินค้า กรณีศึกษา Application Galaxy Gift” พบว่า ความพึงพอใจในการใช้งาน Application สิทธิพิเศษมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีต่อตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ การที่กลุ่มตัวอย่างได้รับความพึงพอใจจากสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ สัมผัสได้ถึงการใช้งานที่สะดวกง่ายดาย การนำเสนอ Application ที่สวยงามและมีกิจกรรมพิเศษให้ร่วมสนุกอย่างสม่ำเสมอ ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งาน Application Galaxy Gift ในภาพรวม และรับรู้ได้ว่าองค์กรได้ให้การดูแลและนำเสนอสิ่งที่มีประโยชน์ให้กับตน กลุ่มตัวอย่างจึงเกิดความรู้สึกดีต่อองค์กรเพิ่มขึ้นอันส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมที่จะมีแนวโน้มในการซื้อมือถือซัมซุงซ้ำเป็นเครื่องต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาเนื่องจาก Application Robinhood มีร้านค้าที่ลงทะเบียนมากกว่า 10,000 ร้านค้าทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมถึงต่างจังหวัดบางพื้นที่เช่น เชียงใหม่, ชลบุรี จากการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ Application Robinhood ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน และเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรมีการกำหนดกฎระเบียบสำหรับพนักงานจัดส่งอาหารเพราะเป็นผู้ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้โดยตรงเช่น การกล่าวทักทาย แสดงความเคารพ และการพูดคุยกับลูกค้าต้องมีคำลงท้าย แสดงความสุภาพในการพูดทุกครั้ง

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการApplication Robinhoodในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพ ด้านอารมณ์ ด้านสังคมส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนปัจจัยด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจดังนั้นควรส่งเสริมการตลาดด้านราคา เช่นการได้รับส่วนลดค่าจัดส่ง และการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันมากกว่านี้เพื่อให้เป็นApplication ที่ลูกค้าเลือกอยู่ภายในใจก่อนเสมอ เช่น ถ้านึกถึงบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปผู้บริโภคมักจะนึกถึงยี่ห้อมามา แต่ถ้าเป็นApplicationสั่งอาหารApplicationแรกที่ลูกค้านึกถึงควรเป็นApplication Robinhood

2.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการApplication Robinhoodในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการสร้าง ความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจควรรักษาและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการที่ดีเช่นนี้ตลอดไป

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรทำแบบสอบถามแทรกไปในระหว่างการใช้บริการApplication Robinhood หากลูกค้าท่านใดทำแบบสอบถามจะได้ส่วนลดค่าจัดส่ง ทั้งนี้จะทำให้ข้อมูลที่ได้มีจำนวนมากและตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

3.2 เนื่องจากการเก็บข้อมูลช่วงเดือน 1 มิถุนายน 2566 - 1 กรกฎาคม 2566 ดังนั้น หากจะนำข้อมูลงานวิจัยนี้ไปใช้ประยุกต์ต่อ ควรพิจารณาและระมัดระวังการนำข้อมูลที่วิเคราะห์ไปใช้ เพราะข้อมูลที่เกี่ยวโยงกับความพึงพอใจ อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน

3.3 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์จากลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยและสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขพัฒนา Application Robinhood ให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กฤษณากร ชูเลม็ด. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- กฤษณี เสือใหญ่.(2560). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของคนในกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2566,จาก

<http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2559/1.pdf>

- กุลนิภัทร์ บุญรุ่ง. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2566, จาก <http://www.dbd.go.th>
- เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2559). *รายงานการวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- เกศปริยา แก้วแสนเมือง. (2559). *พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศรา จันทร์จรัสสุข. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการในห้างเทสโก้โลตัสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จักรพันธ์ ตันชัยย์. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษต่อความภักดี ต่อตราสินค้า กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกาแล็กซี่กีฬา*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จันนภา ค้างจ. (2562). *พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน Foodpanda ของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2557). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (shared) ผ่านเฟซบุ๊ก*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เฉลิมเกียรติ ตุ่นแก้ว. (2553). *ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชุติมณฑน์ นันทาริยะวัฒน์. (2558). *ความต้องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากหนังสือนวนิยายไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ไทยรัฐออนไลน์. (2561). ยอดการเติบโตของ Foodpanda ในประเทศไทย. ค้นเมื่อ

13 มีนาคม 2566, จาก <https://www.thairath.co.th>

ธนาพร กุมภีรัมย์. (2558). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารกองทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ชัยวรรณ เยาวสังข์. (2555). พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้า. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีรศักดิ์ คำแก้ว (2557). การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ กรณีศึกษาร้าน โชล จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีรพล จ้านงนิจ. (2548) ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรี. วิทยานิพนธ์การบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2563). Robinhood. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2566 จาก

<https://www.scb.co.th/th/about-us/news/oct-2563/robinhood-food-delivery.html>

นันท์น พิศวาลัย. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

น้ำลิน เทียมแก้ว. (2558). การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2557. รายงานการวิจัย สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุษกร คำคง. (2542). ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิด วิเคราะห์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์

ปรีดา อิวสวัสดิ์. (2562). ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Food delivery. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิชาวีร์ ศักดิ์ทวีพิชากุล. (2554). ทศนคติ พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิมพ์พุมพกา บุญธนาพิรัชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้

บริการ *Food Delivery* ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพียรเพ็ญ อินทร์เลิศ. (2550). ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียน
วรราชชนินคคามาศูวิทยา อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดประทุมธานี. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตร์
มหาบัณฑิตสาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

มินตรา ครอบห้าว. (2560). การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS.
การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2557). สถาบันวิจัยและพัฒนา. ค้นเมื่อ
30 เมษายน 2566, จาก <https://www.cmru.ac.th>

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2555). สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. ค้นเมื่อ
30 เมษายน 2566, จาก <https://th.www.nsruc.ac.th>

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2539). จิตวิทยาการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: สาขาวิชา
คหกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์.

รัตนศักดิ์ ชัยสารพัฒน์. (2551). ความพึงพอใจของครัวเรือนต่อการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาล
ตำบลนาคู อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วจนะ ภูพานี. (2555). Consumer's decision making. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2566, จาก <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/consumers-decision-making-ch-11>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). สรุปความเคลื่อนไหว ตลาดเงิน ตลาดทุน. ค้นเมื่อ 30 เมษายน
2566, จาก <https://kasikornresearch.com/th>

สถาพร สิงหะ. (2556). การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือก
ท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุจิรา มนทา. (2560). ความพึงพอใจในการใช้บริการ *Grab Taxi* ผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชันในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุทธิชัย เกศยานนท์. (2559). การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วม
ทางสังคม ประสบการณ์ที่ดี และการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : พี. เอ. ลิฟวิ่ง.

อุไร ศรีภูวนษ์ และวรัญญา โกสิลา. (2551). ความพึงพอใจของครู นักเรียน ต่อการบริหาร

โรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พาณิชย์การ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดนนทบุรี
เขต 1. กรุงเทพฯ: โรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พาณิชย์การ.

- Aaker, D. (2016). *The end of advertising as we know it*. New Jersey: John Wiley.
- Brandinside.asia.(2020). Retrieved May 1,2023, from [https:// www.Brandinside.asia](https://www.Brandinside.asia).
- Johnston, E. (2013). *5step to understanding your customer's buying process*. Retrieved May 1, 2023, from <https://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blogs>.
- Kotler, P.& Keller, K. (2006). *Marketing Management. 12th Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P.& Keller, K.L. (2007). *A framework for marketing management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Perry, P., & Margarita, K. (2013). *The decision-making process of luxury fashion retail buyers in Greece*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(1), 85-106
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior (8th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Shelley, M.W. (1975). *Responding to social change*. Stroudsburg, PA : Dowden, Hutchison, and Ross.
- Skinner, B.F. (2014). *Science and Human Behavior*. MA : The B.F. Skinner Foundation.
- Yu, Y., Li, X. & Jai, T.M. (2017). The Impact of green experience on customer satisfaction: Evidence from TripAdvisor. *International Journal of Contemporary Hospitality*.