

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี

Factors affecting the decision to use food delivery service via application of people in Lopburi province

ธฤดี สถิตย์สร

### บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี

ชื่อผู้เขียน ธฤดี สถิตย์สร

ชื่อปริญญา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (MPA) บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

ปีการศึกษา 2564

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิจัย ดร.ฉวีวรรณ ปุรานิธิ

งานวิจัยในครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรีที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันซึ่งจะศึกษาจากผู้ให้บริการในเขตจังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนมากเป็น เพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอนสตานภาพโสด และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตลพบุรี ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่าด้านคุณภาพการให้บริการ พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตรงตามที่ท่านสั่ง และขั้นตอนการส่งสินค้าทันสมัย ระบบส่งสินค้ามีเสถียรภาพ อยู่ในระดับมากที่สุดและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าพนักงานส่งอาหารมีทักษะในการให้บริการ รู้รายละเอียดของร้านอาหารที่สั่งและพื้นที่จัดส่งได้ชัดเจนถูกต้องรวมไปถึงสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อยู่ในระดับมากที่สุด ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอาชีพ และสถานภาพ แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### Abstract

**research title** Factors affecting the decision to use food delivery service through the application of people in Lopburi Province

**Author name:** TharudeeSathitsorn

**Degree Name** Master of Public Administration (MPA) Program

Master of Business Administration (MBA)

Academic year 2021

Research Advisory Committee Dr. ChawiwonPuranithi

The objective of this research was to study the factors affecting the decision to use food delivery service via application of people in Lopburi province. sample group Consumers in Lopburi Province who used to order food through an application, which will be studied from 400 service users in Lopburi province, used a questionnaire to collect data. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation. and multiple regression analysis The results showed that Most consumers are female, aged between 31-40 years old, with a bachelor's degree. Has a career as an employee of Lean Company, single status and has a monthly income of 15,001 – 30,000 baht for factors affecting the decision to use food delivery services through applications of people in Lopburi service quality factor and marketing mix factors The overall picture is at the highest level. found that the quality of service Considered on a case-by-case basis, it was found that to be able to deliver goods exactly as you ordered and modern ordering process The ordering system is stable. at the highest level and marketing mix factors Considering on a case-by-case basis, it was found that the food delivery staff were skilled in providing services, knowing the details of the restaurant ordered and the delivery area clearly and accurately, as well as being able to resolve the immediate situation. at the highest level In the hypothesis testing, it was found that gender, age, educational level and monthly income different affect the decision to use food delivery service via application of people in Lopburi province The difference was statistically significant at the .05 level. The difference in occupation and status did not affect the decision to order food delivery service through the application of people in Lopburi province. There was no statistically significant difference at the .05 level.

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จุดเริ่มจากความไม่สะดวกและปัญหาจราจร ผู้บริโภคจึงเริ่มรู้จักกับธุรกิจบริการส่งอาหารหรือ ฟู้ดเดลิเวอรี (Food Delivery) มาตั้งแต่ในยุคที่มีร้านพิซซ่า ร้าน ไก่ทอด และร้านฟาสต์ฟู้ดต่างๆ ที่เริ่มให้บริการเดลิเวอรี (Delivery)และต่อมา จากนั้น ด้วยการสั่งตามร้านทั่วไป แม้บางร้านอาหารจะไม่มีบริการให้บริการเดลิเวอรี (Delivery) เป็นของตัวเอง แต่ก็มีวินรถจักรยานยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ทั่วไปที่บริการส่งให้เท่านั้นและส่วนใหญ่ก็จะให้บริการลูกค้าประจำ ที่โทรมาสั่ง

ปัจจุบันได้มีผู้ผลิตแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลางในการให้บริการสั่งอาหารได้และบริการส่งด้วยจึงทำให้เกิดความนิยมสูงมากภายในระยะเวลารวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นตัวร้านที่เรียกใช้บริการเพื่อส่งให้ลูกค้าเอง หรือตัวผู้บริโภคที่สามารถสั่งอาหารและเลือกร้านอาหารได้เองตามความต้องการ ประกอบกับผู้ให้บริการแอปพลิเคชันมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความแม่นยำเกี่ยวกับข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลราคา พิกัดร้านอาหารที่มากขึ้น พิกัดการจัดส่งที่แม่นยำและการให้โปรโมชันหลากหลายกับผู้ให้บริการ และการแข่งขันกันพัฒนาของแต่ละแบรนด์ของผู้ให้บริการ เพื่อให้ความสะดวกสบายกับผู้ให้บริการ ทำให้ในปัจจุบันบริการการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน กลายเป็นบริการหลักที่เป็นส่วนหนึ่งจำเป็นต่อชีวิต

นอกจากนี้ผู้ประกอบการทั้งร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารทั่วไปต้องมีการปรับกลยุทธ์ของตัวเองเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบมีข้อจำกัดด้านเวลาต้องการความสะดวกสบายรวมถึงต้องการหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัดส่งผลให้ผู้คนมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มมากขึ้นผู้บริโภคจากที่ปกติเดินทางไปรับประทานอาหารนอกบ้านตามจุดศูนย์กลางใหญ่ ๆ หรือร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้าก็มีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นการสั่งมาทานแทนร้านอาหารจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ของตัวเองไม่ว่าจะเป็นการให้ส่วนลดการให้ของแถมเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ

**คำถามของการวิจัย**

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี หรือไม่ อย่างไร
2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี หรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี หรือไม่

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี

**ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย**

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

- 1.แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
- 4.แนวคิดแรงจูงใจในการเลือกซื้อ
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 6.ตารางทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 7.กรอบแนวคิด



## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรีมีวิธีการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดลพบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชากรที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดลพบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549: 74)

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

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	B	แทน	ระดับความคลาดเคลื่อน
	Z	แทน	Z score ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 1.96
	p	แทน	ความน่าจะเป็นของประชากร
	q	แทน	1 - p

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น} \quad n &= \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2} \\ &= 385 \end{aligned}$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) มีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดลพบุรีซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านผ่านแอปพลิเคชันเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นการลดระยะเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนประกอบ ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับ 4 ระดับความคิดเห็นมาก

ระดับ 3 ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ระดับ 2 ระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับ 1 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลจากการคำนวณ โดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, น.27)

$$\begin{aligned} \text{จากสูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรีแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method)

โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับ 4 ระดับความคิดเห็นมาก

ระดับ 3 ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ระดับ 2 ระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับ 1 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, น.27)

$$\begin{aligned} \text{จากสูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรีแบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 –5.00 หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 –4.20 หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 –3.40 หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 –2.60 หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 –1.80 หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด (7p) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันน้อยที่สุด

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี มีดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและรวบรวมแนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางการตลาด จากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามพร้อม โดยกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมาย

3. สร้างแบบสอบถามจากกรอบแนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี

4. นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อขอรับคำแนะนำและตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับกรอบแนวคิดในการวิจัยความมุ่งหมายในการวิจัย ตลอดจนผลงานวิจัยอื่นและแนวความคิดทฤษฎีต่าง ๆ

5. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเนื้อหาโดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบขั้นต้น (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดลพบุรีที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของชุดคำถามในแบบสอบถามเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบรัค (Cronbachs' alpha Coefficient) โดยค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นสูง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้ศึกษาจากการค้นคว้าจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รวมไปถึงการเข้าไปขอข้อมูลกับผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ต่าง ๆ

### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการต่อดังนี้

1. การตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) และต่อมาทำการลงรหัส (Code) โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาลงรหัสเพื่อทำการป้อนข้อมูลลงเครื่องคอมพิวเตอร์

2. การประมวลผลข้อมูลโดยทำการป้อนข้อมูลที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วโดยใช้โปรแกรมสำเร็จ รูป SPSS (Statistical package for the social science) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

#### 2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

2.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2, และส่วนที่ 3 โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D)

2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะนำข้อมูลที่ได้ออกมาจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อหา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี โดยใช้ค่าทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1, 2 และ 3 โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ , ปัจจัยทางการตลาด (7p) และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี โดยการใช้วิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis -MRA) ในการวิเคราะห์

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การหาร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลส่วนตัวของประชาชนในแบบสอบถามส่วนที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2548: 214)

$$P = \frac{f}{n} (100)$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลประชาชนในแบบสอบถามส่วนที่ 2 3 และ 4 โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 49)

	$\bar{x}$	=	$\frac{\sum x}{n}$
เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมดหรือคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

#### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ช่วงอายุตั้งแต่ 31 – 40ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 สถานะภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 และรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาทจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ซึ่งในการระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่าการให้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันทำให้ท่านมีความสะดวกสบายอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.59$ , S.D. = .626) และค่าบริการที่เรียกเก็บไม่มีการบวกเพิ่มจากที่แสดงข้อมูลในการสั่งอาหาร ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = .671) มีผลการวิเคราะห์ต่ำสุด ในด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P)พบว่าพนักงานสั่งอาหารมีทักษะในการให้บริการรู้รายละเอียดของร้านอาหารที่สั่งและพื้นที่จัดส่งได้ชัดเจนถูกต้องรวมไปถึงสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ ( $\bar{X} = 4.54$ , S.D. = .615) อยู่ในระดับมากที่สุด และพนักงานที่จัดส่งอาหารมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = .576) มีผลการวิเคราะห์ต่ำสุด

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขต



จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอาชีพ สถานะภาพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

1. ควรเร่งส่งเสริม ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) ในด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพและมีคุ่มค่า เพื่อตอบโจทยกับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม จนเกิดการกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดแต่พอดีและมีความเหมาะสม ซึ่งอาจทำในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การ ลด แลก แจก แถม เพียงอย่างเดียว เพราะอาจจะทำให้ยอดขายลดลงได้
3. ควรมีการพัฒนาระบบให้มีระบบที่เสถียรและง่ายต่อการใช้งาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าให้ได้มากที่สุด
4. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องปัจจัยอื่น ๆ ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดลพบุรี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาวางแผนสำหรับพัฒนาคุณภาพด้านอื่น ให้ดียิ่งขึ้นครบทุกด้าน
5. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของประชาชน ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบ และวางแผนให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั่วประเทศได้ในลำดับต่อไป

### บรรณานุกรม

กิตติศักดิ์ พรสิทธิศักดิ์. (2563). ปัจจัยที่สุดผลต่อการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านผู้ให้บริการสั่งอาหารออนไลน์เดลิเวอรี่

(Delivery). รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา, มหาวิทยาลัยสยาม.

ชวกร อมรมณิต. (2559). การทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารแบบบริการถึงบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชนศ ลักษณ์พันธุ์ภักดี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เทิดรัฐ แววศักดิ์. (2556). การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนรัตน์ ศรีสาอังกค์. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- รัชฎ์ลักษณะ เพชรประดับสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นฤวรรณ ตั้งกิจทรงศักดิ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันของกลุ่มเจนเนอร์ชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล
- นุศรา เรืองสม. (2558). ความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน ส่วนประสมทางการตลาด 4 C'S ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารผ่านแอปพลิเคชันวงในของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิรานันท์ แกล่งกล้า. (2562). การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ในกรุงเทพฯ. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิมพ์ภา วีระโยธิน. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันอูเบอร์ อีท(Uber Eats) เพื่อบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery). การค้นคว้าแบบอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วารกรณ์ เล่าหะสัมพันธพร. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้าในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วชิรดา วิชาภัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์บนแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด(Grab Food) กรณีศึกษาเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศศิธร สุขเกษม. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารต่างท้องถิ่นจากอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุขุมภรณ์ ปานมาก. (2560). การสนใจใช้บริการร้านอาหารแบบส่งถึงที่ของผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อิสราวลี เนียมศรี. (2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Line man ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัฐพล วุฒิสักดิ์สกุล. (2560). การสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งออนไลน์ (Online Messengers) ผ่านแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.