

การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในชีวิตประจำวันของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

A Study of Phuket Rajabhat University Students' Behavior of Using Mobile Food Delivery App in their Everyday Life

ภราดา ไชยสิทธิ์*¹ จิรสุตตา วงษ์นา¹ สมชาย ไชยโคต² และ วีระพล สุขสมบุญ²

Parada Chaiyasit*¹ Jirasuta Wongna¹ Somchai Chaiyakot² and Somchai Chaiyakot²

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*¹

Undergraduate Student, Business Computer Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University*¹

อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Lecturer, Department of Business Computer Science, Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University²

*Corresponding author, e-mail: vatcharawadee.n@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งซื้อสินค้า อุปโภค บริโภค 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ และ 3) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งซื้อสินค้า อุปโภค บริโภค กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ที่มีประสบการณ์ใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และแบบบังเอิญในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน ด้วย ไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาเลือกใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภท แกรบฟู้ด ซึ่งมีจุดประสงค์ในการใช้งานหลัก ๆ เพื่อความสะดวกสบาย นิยมใช้ในช่วงเวลาบ่าย 14.00-16.00 น. ความถี่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และรายการที่ใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่เป็นประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหาร 200-300 บาท ผ่านช่องทางเงินสด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่มากที่สุด และมีความคิดเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งซื้อสินค้า อุปโภค บริโภค มากที่สุด คือ ด้านปัญหาในการใช้งาน รองลงมา คือ ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน และด้านประสิทธิภาพการใช้งาน โดยผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่เพื่อให้ความเหมาะสมและสะดวกสบายตรงต่อความต้องการในใช้งานของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: โมบาย แอปพลิเคชัน เดลิเวอรี่ พฤติกรรม

Abstract

The purposes of this study were to investigate 1) the behavior of using the mobile food delivery app for ordering consumer products, 2) the importance of marketing mix factors in using the mobile food delivery app, and 3) problems and barriers in using the mobile food delivery app for ordering consumer products. A sample of 400 Phuket Rajabhat University students with experience of using the mobile food delivery app was obtained by using stratified and accidental sampling. Questionnaires were used as data collection instruments which were analyzed using descriptive statistics and chi-square for hypothesis testing. The results of the study revealed that college students mainly used the mobile GrabFood app once a week for the purpose of convenience, from 2:00 PM to 4:00 PM in the afternoon. The type of service they used via this app was “Food & Drink” which costed them 200-300 baht paid in cash. The overall importance of marketing mix factors in using the mobile food delivery app was found at a high level. Among these,

‘product’ factor had the highest impact on the use of food delivery app where app usage was viewed as the most common problem with the app. The second common problem was its convenience of usage and its efficiency. The findings of this study serve as a guide for entrepreneurs to develop their mobile food delivery apps that further suit the convenience and needs of consumers.

Keywords: Mobile, Apps, Delivery, Behavior

บทนำ

ในปัจจุบันตลาดโลกนั้น มีบริการส่งอาหารจำนวนมากซึ่งแรกเริ่มนั้นบริการส่งอาหาร เกิดขึ้นในอเมริกาและฝั่งยุโรป ในปัจจุบันยังคงมีแนวโน้มการเติบโตของแอปส่งอาหารมากขึ้น เป็นรูปแบบของแพลตฟอร์ม “Food Ordering” ที่ทางลูกค้าจะเลือกประเภทอาหาร เลือกคั้นหาร้านอาหาร รวมไปถึงการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน ซึ่งแต่ละค่ายแต่ละแพลตฟอร์มของแอปเดลิเวอรี่ ก็จะมีโปรโมชั่นหรือราคาการจัดส่งที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้ โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่แตกต่างกันอีกด้วย โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ได้รับความนิยมมากในฝั่งของเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ประเทศจีน มีอัตราการเติบโตของธุรกิจส่งอาหารออนไลน์และส่งอาหารมากถึง 90% ในปี 2565 ในประเทศไทยปัจจุบันถือว่าได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันที่เห็นได้ชัดขึ้น ทั้งแนวโน้มการลดลงของการทำอาหารเองในแต่ละครัวเรือน มีการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น การจราจรที่ติดขัด ระยะทางจากบ้านไปยังร้านอาหาร รวมไปถึงสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้ผู้คนหันมาใช้บริการ โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ มากขึ้น (มณีรัตน์ อนุโลมสมบัติ, 2561)

สังคมออนไลน์ในปัจจุบัน การใช้บริการ ออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ ของคนไทย ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีผลต่อการใช้บริการส่งอาหารออนไลน์ รวมไปถึงแผนและนโยบายต่าง ๆ ด้านอีคอมเมิร์ซ และแพลตฟอร์มที่ผู้คนทุกกลุ่มนี้มีเหตุผลที่ใช้ บริการส่งอาหารออนไลน์ โดย 3 อันดับแรก คือ ไม่อยากจะเดินทางไปนั่งกินที่ร้านจำนวนมาก เสียเวลาไปนั่งต่อคิว และมีส่วนลดใน แอปพลิเคชัน ช่องทางไหนต่างมีให้เลือกใช้มากมาย รวมไปถึงความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกใช้บริการส่งอาหารออนไลน์ของคนไทยด้วย โดยกลุ่มที่เลือกใช้บริการส่งอาหารออนไลน์ เพราะกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่วนมากเป็น Gen Y Gen Z Baby Boomer และสุดท้าย คือ Gen X สำหรับการสั่งอาหารทางออนไลน์ หลายคนได้เลือก แพลตฟอร์ม หรือ แอปพลิเคชัน แอปเป็นตัวกลางในการสั่งอาหารมากขึ้น โดยแอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แกร็บฟู้ด ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า Get Food และอื่น ๆ อีกมากมายต่างก็มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจแตกต่างกันออกไป แพลตฟอร์มของร้านอาหารโดยตรงร้านอาหารต่าง ๆ ในยุคนี้ มี แพลตฟอร์ม เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน เป็นของตัวเอง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้งานหลาย ๆ คนเลือกสั่งผ่าน Inbox หรือ Direct Message ของร้านในสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น ซึ่งร้านบนแพลตฟอร์มเหล่านี้มีบริการพร้อมเสิร์ฟถึงจุดหมายอีกด้วย อาหารยอดฮิต คือ อาหารจานด่วน เช่น ไก่ทอด เบอร์เกอร์ พิซซ่า เป็นต้น เป็นอาหารยอดนิยมที่ทุกช่วงวัย สั่งมากกว่าอาหารตามสั่ง และก๋วยเตี๋ยว/อาหารประเภทเส้น ช่วงเวลาที่คนสั่งอาหารมากที่สุด คือ มื้อกลางวัน (11.00 – 13.00 น.) และรับประทานที่บ้านกันมากมาย ด้านยอดการจ่ายเงินในการสั่งอาหารแต่ละครั้ง พบว่า กลุ่ม Gen X ใช้จ่ายมากที่สุด (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563)

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในชีวิตประจำวันของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เนื่องจากจะทำให้พฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ด ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการปรับปรุงแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ของผู้ประกอบการด้านนี้ต่อไป ที่จะทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคนิยมใช้บริการหรือหันมาสนใจใช้บริการมากขึ้น และสามารถเลือกใช้ได้เหมาะกับตนเองอีกด้วย.

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งซื้อสินค้า อูบโภาค บริโภาค
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งซื้อสินค้า อูบโภาค บริโภาค

สมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่

วิธีการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนหรือขนาดที่แน่นอน

ขนาดของตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบขนาดหรือจำนวนที่แน่นอน จึงใช้สูตรของ Cochran (1977) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

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

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

ได้เท่ากับ 384 คน โดยผู้วิจัยขอปรับเป็นจำนวนเต็ม 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้วิจัยจะใช้วิธีการแบ่งแบบชั้นภูมิตามจำนวนนักศึกษาในแต่ละคณะ และแบบบังเอิญ ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลแบ่งตามสัดส่วนจำนวนนักศึกษาในแต่ละคณะ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามคณะของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

คณะ	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	989	48
คณะครุศาสตร์	1,598	78
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2,478	120
คณะวิทยาการจัดการ	2981	145
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	182	9
รวม	8,228	400

ข้อมูล : สำนักส่งเสริมงานทะเบียนและวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (2565)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม จำนวน 4 ตอนประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการเลือกใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ 3) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และ 4) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่

การตรวจสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้มีประสบการณ์พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวน ภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์
2. การหาความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้เกณฑ์ว่า ข้อความในแบบสอบถามควรมี ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Cortina, 1993; Schmitt, 2007) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Research) และกำหนดเกณฑ์ระดับคะแนนค่าเฉลี่ยดังนี้ (Cooper & Schindler, 2006) (4.21 – 5.00=มากที่สุด) (3.41 – 4.20=มาก) (2.61 – 3.40=ปานกลาง) (1.81 – 2.60 = น้อย) (1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด)

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้การทดลองทำ c (Chi-squared Distribution) สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน (Cross-Tabulation Table)

ผลการวิจัย

นักศึกษาที่ใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรีส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 18 – 25 ปี มีสถานะภาพโสด ศึกษาระดับปริญญาตรี และนับถือศาสนาอิสลาม

ศึกษาพฤติกรรมการใช้ โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี ในการสั่งซื้อสินค้า อุปโภค บริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

นักศึกษาที่เคยใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรีในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรีประเภทแกรบฟู้ด โดยมีจุดประสงค์ในการเลือกใช้เพื่อความสะดวกสบาย นิยมใช้ในช่วงเวลาบ่าย 14.00-16.00 น. ความถี่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และรายการที่ใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรีประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการสั่ง 200-300 บาทต่อครั้ง ผ่านช่องทางเงินสด

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1.	ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	.481	มาก
2.	ด้านราคา	4.05	.540	มาก
3.	ด้านกายภาพ	4.05	.579	มาก
4.	ด้านกระบวนการ	4.03	.594	มาก
5.	ด้านช่องทางและการจัดจำหน่าย	3.99	.616	มาก
6.	ด้านบุคคล	3.98	.598	มาก
7.	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.96	.599	มาก
รวม		4.02	.502	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี ภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และปัจจัยด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ

ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้ โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี ในการสั่งซื้อสินค้า อุปโภค บริโภค

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ด เดลิเวอรี		\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
1.	ด้านปัญหาในการใช้งาน	3.94	.615	มาก
2.	ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน	3.91	.644	มาก
3.	ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน	3.90	.702	มาก
4.	ด้านการตลาด	3.90	.627	มาก
รวม		3.91	.602	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็น ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานโมบายแอปฟู้ด เดลิเวอรี ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยด้านปัญหาในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา คือ ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านประสิทธิภาพการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ

ข้อมูลพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่**ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่**

ข้อมูลพื้นฐาน	พฤติกรรมการใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	p
เพศ	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีโปรโมชันสำหรับลูกค้าใหม่และเก่า	.011
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีช่องทางชำระเงินหลายช่องทาง	.000
	ช่วงเวลาการใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.047
	ความถี่ในการใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.033
	ค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.012
อายุ	การใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหาร	.014
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหาร ต่อ ความกังวลใจต่อสถานการณ์โควิด-19	.005
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีช่องทางชำระเงินหลายช่องทาง	.010
	ความถี่ในการใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.023
	การใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภท เครื่องใช้	.045
	การใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภท ยารักษาโรค	.001
	การชำระเงินในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.030
ระดับการศึกษา	การใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหาร	.000
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารเพื่อความสะดวกสบาย	.003
	การชำระเงินในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.049
คณะ	การใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหาร	.000
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีโปรโมชันสำหรับลูกค้าใหม่และเก่า	.007
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีค่าจัดส่งฟรีเมื่อซื้อขั้นต่ำ	.037
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหาร ต่อ ความกังวลใจต่อสถานการณ์โควิด-19	.000
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีช่องทางชำระเงินหลายช่องทาง	.000
	ช่วงเวลาการใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.012
	ความถี่ในการใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.000
	การใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภท อาหาร	.028
	การใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภท เครื่องดื่ม	.042
	การใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภท เครื่องใช้	.023
	ค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.001
	การชำระเงินในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.000
	ชั้นปีการศึกษา	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีค่าจัดส่งฟรีเมื่อซื้อขั้นต่ำ
การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีช่องทางชำระเงินหลายช่องทาง		.000
ค่าใช้จ่ายในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่		.026
ศาสนา	การใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหาร	.005
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหาร เพื่อความสะดวกสบาย	.009
	การใช้โมบายแอปฟู้ดในการสั่งอาหารโดยมีค่าจัดส่งฟรีเมื่อซื้อขั้นต่ำ	.048
	ความถี่ในการใช้บริการโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่	.027

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า ข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ในชีวิตประจำวันของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต” พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ประเภท แกรบฟู้ดมากที่สุด รองลงมา คือ โล้นแมน และ ฟู้ดแพนด้า ช่วงเวลาที่ใช้บริการ คือ ช่วงเย็น ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ นุชนารถ และ

คณะ (2562) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเป็น ส่วนมาก คือ แกรบฟู้ด รับประทานอาหารในช่วงมือเย็น และมีความถี่ในการสั่งอาหาร 1 ครั้งต่อสัปดาห์

2. จากผลการศึกษาวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการแอปฟู้ด เดลิเวอรี่ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยแยกแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ของส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านกายภาพ มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนเขต ลักษณะพันธุ์ภักดี (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ และการจัดส่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหาร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลให้ลูกค้าที่ไม่เคยสั่งซื้อสามารถตัดสินใจสั่งอาหารได้ง่ายขึ้นหรือลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอีก

3. จากการศึกษา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีปัญหาภาพรวมอยู่ใน ระดับ มาก โดยมีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เนื่องจากการส่งโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในปัจจุบันเกิดข้อผิดพลาดในการสั่ง อาหารผ่านแอปบอส่งผลให้ผู้รับได้อาหารช้ากว่ากำหนดทำให้อาหารไม่สดใหม่ จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เกรศรา จันทร์จรัส (2559) พบว่า ปัจจุบันผู้บริโภคต้องการใช้บริการแอปฟู้ดเดลิเวอรี่อย่างต่อเนื่องหลากหลาย ต้องการอาหารที่สดใหม่

4. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา พัดลม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเพศที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขต กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีความสัมพันธ์กัน

5. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพมพกา บุญธนาพิรัชต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการ ฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านอายุ และปัจจัยด้านเพศของผู้บริโภค ที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานตอนต้น คือ 26 - 30 ปี มีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบมากขึ้น การดำเนินชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น การ ตัดสินใจใช้บริการจึงมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ เพศในระดับอื่น ๆ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุป

นักศึกษาที่ใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ประเภท แกรบฟู้ด โดยมีจุดประสงค์ในการเลือกซื้อเพื่อความสะดวกสบาย นิยม ใช้ในช่วงเวลาบ่าย 14.00-16.00 น. ความถี่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และรายการที่ใช้บริการผ่านโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ประเภท อาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการสั่ง 200-300 บาท ผ่านช่องทางเงินสด โดยข้อมูลพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่

ข้อเสนอแนะ

1. “พฤติกรรมการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ของนักศึกษา” มีการใช้บริการแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหาร ประเภท แกรบฟู้ด มากที่สุด รองลงมา คือ ไลน์แมน และ ฟู้ดแพนด้า ดังนั้นเจ้าของโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า และโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ใหม่ ๆ ควรมีการปรับปรุงแบบ เช่น รูปแบบด้านราคา รูปแบบด้านคุณภาพของอาหาร รวมไปถึง รูปแบบการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ เป็นต้น เพื่อให้มีความเหมาะสมและสะดวกสบายตรงต่อความต้องการใช้ งาน ณ ปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ที่นักศึกษาใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ คือ เพื่อใช้ในการสั่งอาหารผ่านเดลิเวอรี่โดยไม่จำเป็นต้องออกจากบ้าน และเพื่อความสะดวกสบาย ดังนั้นทางเจ้าของโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรกจากผลการวิจัย อันได้แก่ แกรบฟู้ด ไลน์แมน และ ฟู้ดแพนด้าควรมุ่งเน้นการพัฒนาไปใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโมบายแอป ฟู้ดเดลิเวอรี่ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านคุณภาพของอาหาร ด้านการจัดส่งและบริการ และการใช้ ข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในจังหวัดภูเก็ตให้ดียิ่งขึ้น

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7P ที่มีผลในการสั่งอาหารต่อนักศึกษานั้น ด้านผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดต่อการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ เนื่องจากนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตให้ความสำคัญในด้านความสะดวกของผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับแรก ดังนั้นร้านค้าที่เข้าร่วมกับโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ควรให้ความสำคัญโดยรวมในเรื่องของความสะดวกของอาหารและในส่วนของพนักงานจัดส่งอาหารควรมีควมระมัดระวังในการจัดส่งอาหาร เพื่อให้สินค้าและอาหารถึงมือผู้บริโภคอย่างสมบูรณ์ มีความสะอาด ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

4. นักศึกษามีปัญหาและอุปสรรค ในด้านผลิตภัณฑ์ การได้รับอาหารจากการสั่งโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่ปัจจุบันมีความสะอาดน้อยลง ส่งผลให้อาหารบางชนิดไม่สะอาดถูกหลักอนามัย รองลงมา คือ การบริการการส่งอาหารแบบโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่ให้บริการที่ไม่ได้มาตรฐานไม่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ดังนั้นเรื่องความสะดวกทางร้านค้าที่เข้าร่วมกับโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ควรตรวจเช็คคุณภาพวัตถุดิบทุกครั้งก่อนจะนำมาปรุงเป็นอาหาร วัตถุดิบจะต้องมีความสด ใหม่ และสะอาด เพื่อให้ได้อาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัยปลอดภัยต่อผู้บริโภค ในส่วนของการบริการการส่งอาหารแบบโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่ให้บริการที่ไม่ได้มาตรฐานไม่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ เจ้าของโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงปัญหาในเรื่องนี้ โดยเปิดให้มีการอบรมด้านการบริการที่ดีต่อลูกค้า เพื่อสร้างพฤติกรรมที่ดีในการให้บริการกับลูกค้า ที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่นั้นอีกครั้ง

5. ข้อมูลทั่วไปมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ในด้านเหตุผลเป็นส่วนมาก เนื่องจากนักศึกษาหรือผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน แต่ต่างใช้โมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่เพื่อความสะดวกสบายเป็นหลัก รองลงมา คือ ราคาที่เหมาะสมและอาหารมีคุณภาพ ซึ่งทั้ง 3 เหตุผลมีความเหมือนกันแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะต่างกัน ดังนั้นหน่วยงาน คือ เจ้าของโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่และร้านค้าที่เข้าร่วมโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ ผลิตสินค้าและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ มีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในพื้นที่ที่เปิดให้บริการ เพื่อให้การใช้งานแอปฟู้ดเดลิเวอรี่มีประสิทธิภาพเข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัย คือ ควรมีการขยายพื้นที่ในการทำวิจัย เช่น ประชากร เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น เป็นต้น
2. ควรศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ และปัจจัยของตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งยังมีอีกหลายตัวแปรที่คาดว่า จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ และการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ รวมไปถึงปัญหาของการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่
3. ควรศึกษาปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหารเพื่อเป็นการส่งเสริมและรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
4. ควรแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์จากผู้จัดส่งและร้านค้าในการสั่งอาหารของผู้บริโภค เพื่อให้ตรงตามหลักอนามัย และความต้องการของผู้บริโภคยิ่งขึ้น
5. ควรมีการศึกษาและจัดเก็บเพิ่มเติมในรายละเอียดของพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ในการสั่งอาหารในด้านต่าง ๆ และมีการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการใช้งานโมบายแอปฟู้ดเดลิเวอรี่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นุชนารถ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(2), 44.
- เกรศรา จันทร์จรัส. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการในห้างเทสโก้โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ชเนต ลักษณ์พันธุ์ภักดี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารแบบเดลิเวอรี่ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธิติมา พัดลม และ กุลเชษฐ์ มงคล. (2560). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนฟู้ดส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 4(2), 6-21.

- พิมพมผกา บุญธนาพีร์ชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ *Food Delivery* ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณีนรัตน์ อนุโลมสมบัติ. (2561). กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่และความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(3), 70-88.
- สุขุมภรณ์ ปานมาก. (2560). การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารแบบส่งถึงที่ของผู้บริโภคจังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (2565). *สัดส่วนนักศึกษาแต่ละคณะ*. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2565, จาก https://reg.pkru.ac.th/registrar/studentByProgram_2.asp
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). *ETDA เผยคน Gen-Y สั่งอาหารออนไลน์ มากสุดและกว่า 40% สั่ง เพราะตรวจโควิด-19*. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.eta.or.th/th/>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley and Sons.
- Cortina, J.M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 8(1), 98–104.
- Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha. *Psychological Assessment*, 8(4), 350-353.