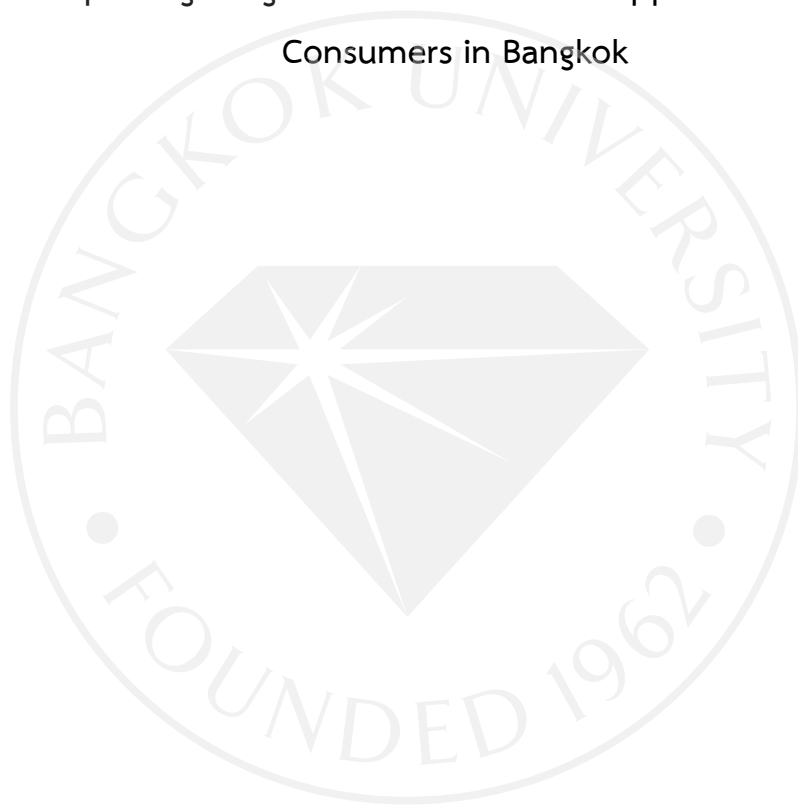


ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Impacting Usage Behavior of Mobile Apps for Order Foods of
Consumers in Bangkok



ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Impacting Usage Behavior of Mobile Apps for Order Foods of Consumers in
Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2559



©2561

ธาวินี จันทร์คง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ธาวิณี จันทร์คง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม)

ผู้เชี่ยวชาญ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีพรรณ สุภาวรรณ)


.....
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 มีนาคม 2561

ธาวินี จันทร์คง. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
(45 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความตั้งใจในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .875 ในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปต่างๆ จำนวน 400 คน สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคม ส่วนสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังพบว่า ความตั้งใจในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ, ความคาดหวังในความพยายาม, ความตั้งใจในการใช้งาน, พฤติกรรมการใช้งาน

Junkong, T. M.B.A., March 2018, Graduate School, Bangkok University.

Factors Impacting Usage Behavior of Mobile Apps for Order Foods of Consumers in Bangkok (45 pp.)

Advisor: Asst. Prof.Saranyapong Thiangtam, Ph. D.

ABSTRACT

The research aims to study the factors impacting usage behavior of mobile apps for order foods of consumers in Bangkok and to study the behavioral intention affecting use behaviors of consumers in Bangkok. A questionnaire with reliability of .875 was used to gather the data from 400 consumers in Bangkok who used to order foods by the mobile apps. The inferential statistics in hypothesis testing was multiple regression.

The results showed that participants were female and they were 31-40 years old. They were bachelor's degrees, worked in private companies, and had monthly incomes between 25,001 – 35,000 baht. The results of hypothesis testing showed that the factor impacting behavioral intention of mobile apps for ordering foods of consumers in Bangkok at the significant level of 0.05 were performance expectancy, effort expectancy, and social influence. The facilitating condition did not impact behavioral intention of mobile apps for ordering foods of consumers in Bangkok. The behavioral intention impacted use behaviors of consumers in Bangkok at the significant level of 0.05.

Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Behavioral Intention, Use Behaviors

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ชี้แนะแนวทางการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ลุล่วง รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้สามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดาที่ได้อบรม สอนสั่งและส่งเสริมการศึกษาของผู้วิจัยด้วยความรักและความปรารถนาโดยตลอดมา และขอขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัวที่คอยดูแลและเป็นกำลังใจจนทำให้ งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยดี คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอ มอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

ธาวินี จันทรงค์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม	10
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	11
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านความตั้งใจในการใช้งาน	12
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน	12
2.8 สมมติฐานการวิจัย	13
2.9 กรอบแนวความคิดการวิจัย	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 การออกแบบงานวิจัย	14
3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง	14
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	15
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ	17
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	17
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น	18
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 อภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการวิจัย	27
5.2 อภิปรายผล	27
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	29
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	29
บรรณานุกรม	31
ภาคผนวก	34
ก แบบสอบถาม	35
ข การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา	40
ประวัติผู้เขียน	45
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : ข้อมูลการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ปี 2560	1
ตารางที่ 1.2 : 5 แอปพลิเคชันช่วยในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป	3
ตารางที่ 3.1 : สรุปที่มาของคำถาม	15
ตารางที่ 3.2 : ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (n=30, n=400)	17
ตารางที่ 4.1 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
ตารางที่ 4.3 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
ตารางที่ 4.4 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
ตารางที่ 4.5 : จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
ตารางที่ 4.6 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	20
ตารางที่ 4.7 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการทำงาน	21
ตารางที่ 4.8 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการทำงาน	22
ตารางที่ 4.9 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	23
ตารางที่ 4.10 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน	24
ตารางที่ 4.11 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งาน	25
ตารางที่ 4.12 : การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	25
ตารางที่ 4.13 : การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความตั้งใจในการใช้งานส่งผลต่อ พฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร	26

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่อง เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร	13



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการแข่งขันในตลาดธุรกิจร้านอาหารมีความรุนแรงมากขึ้นและ จำนวนธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าและส่วนแบ่งในตลาด อย่างไรก็ตามทิศทางของธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารในปี 2560 คาดว่า ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 1.1 ร้านอาหาร เป็นอีกหนึ่งธุรกิจพื้นฐานที่อยู่คู่กับสังคมไทยและ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว พหุกรรมและรสนิยมการบริโภคอาหารที่หลากหลาย และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่ม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคที่หันมารับประทานอาหารนอกบ้านและสนใจดูแลสุขภาพมากขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

ตารางที่ 1.1: ข้อมูลการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ปี 2560

เดือน	จำนวนร้านอาหารที่จดทะเบียน ใหม่ มี.ค 2559 - มี.ค 2560
มีนาคม 2559	165 ราย
เมษายน 2559	99 ราย
พฤษภาคม 2559	107 ราย
มิถุนายน 2559	138 ราย
กรกฎาคม 2559	111 ราย
สิงหาคม 2559	151 ราย
กันยายน 2559	178 ราย
ตุลาคม 2559	137 ราย
พฤศจิกายน 2559	120 ราย
ธันวาคม 2559	80 ราย
มกราคม 2560	136 ราย
กุมภาพันธ์ 2560	119 ราย
มีนาคม 2560	175 ราย

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร เดือนมีนาคม 2560. สืบค้นจาก

http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201703.pdf.

ปัจจุบันประชากรของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 68.1 ล้านคน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของจำนวนประชากรทั้งหมด และมี ผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากถึง 41 ล้านคน คิดเป็น 60% ผู้ใช้สมาร์ทโฟนชาวไทยใช้เวลาโดยเฉลี่ย 230 นาที หรือเกือบสี่ชั่วโมงต่อวันกับการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟน การใช้งาน สมาร์ทโฟนนั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างชัดเจน สืบเนื่องมาจากประโยชน์ ของการใช้งานมือถือ การเข้าถึงของข้อมูลที่ง่ายขึ้น การส่งต่อข้อมูลที่รวดเร็วขึ้น การใช้งานเพื่อความบันเทิง เช่น การดูหนัง ฟังเพลง หรือการเล่นเกมส์ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคสามารถอยู่ในกระแส และตามกระแสของสังคมได้ (“ส่องพฤติกรรมผู้ใช้เน็ต”, 2560) จากรายงานเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชันในปี 2559 พบว่า แอปพลิเคชันในการสื่อสารด้วยข้อความ (Messaging) และการใช้เครือข่ายสังคมมีการอัตราการเติบโตมากที่สุดจากปี 2558 ตามด้วยแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับกีฬา ธุรกิจการเงิน ช้อปปิ้ง และบริการต่างๆ เติบโตขึ้นอีก เพราะผู้บริโภคต้องการอัปเดตข่าวสารอยู่ตลอดเวลาจึงเลือกโหลดแอปพลิเคชันเหล่านี้ไว้ในอุปกรณ์ของตนเอง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560).

ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย โดย 70% ของคนไทยมีโทรศัพท์มือถือและเหตุผลที่ทำให้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน เป็นที่นิยมมาจากการประสบการณ์ที่กลุ่มผู้ใช้งานยุคใหม่ ซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก เพื่อได้รับความบันเทิง ข้อมูลความรู้ และระบบการทำงานที่ช่วยให้สามารถทำสิ่งต่างๆ ได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จากการสำรวจพบว่า คนไทยติดตั้งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเฉลี่ย 32 แอปพลิเคชัน โดยมีแอปพลิเคชันและเกมส์ของนักพัฒนาชาวไทย 11 รายการ ที่ได้รับเลือกให้อยู่ในจำนวนแอปพลิเคชันและเกมยอดเยี่ยมของประเทศไทยประจำปี 2559 ได้แก่ Eatigo, TrueMoney Wallet, Piggipo, Kaidee, Wongnai, Ookbee, WinkCamera, Keyboard ManMan, Comico Thailand, GThapster, และ Super Slam – POGS Battle (“ส่องพฤติกรรมผู้ใช้เน็ต”, 2560)

เมื่อพิจารณา พบว่า ธุรกิจมีรายได้เติบโตต่อเนื่องมาโดยตลอด ส่วนแนวโน้มการประกอบธุรกิจได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยนำเทคโนโลยีมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจของตนเอง (Startup) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของภาครัฐ เช่น การเปิดร้านอาหารและส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ และการส่งตรงถึงมือผู้บริโภค (Delivery) ซึ่งช่วยในการขยายฐานลูกค้าและสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง คาดว่าในปี 2560 แนวโน้มของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารจะเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปเนื่องจากลูกค้ามีข้อจำกัดด้านเวลา ต้องการความสะดวกสบาย และต้องการหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัด และการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับธุรกิจร้านอาหาร หนุนให้ธุรกิจนี้เติบโตและมีประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจมากยิ่งขึ้น การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ช่วยผู้ประกอบการ ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและเข้าถึงฐานลูกค้าได้กว้างขวางและเฉพาะเจาะจงมากขึ้นโดยเฉพาะ SMEs เริ่มหันมาให้บริการร้านอาหารผ่านสื่อ

ออนไลน์และแอปพลิเคชัน ช่วยลดต้นทุนในการลงทุนเช่าร้านหรือจ้างพนักงาน อีกทั้งตลาดบริการจัดส่งอาหารที่ช่วยเพิ่มช่องทางและความรวดเร็วในการขาย มีการขยายตัวอย่างชัดเจนในปี 2559 ความสะดวกในการประกอบธุรกิจเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักลงทุนเข้ามาในธุรกิจประเภทนี้ (“จับตาปี 60 ส่งอาหารออนไลน์”, 2560)

ตารางที่ 1.2 : 5 แอปพลิเคชันช่วยในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป

แอปพลิเคชัน	รายละเอียดบริการ
FOOD PANDA	บริการสั่งอาหารจากร้านดังและส่งตรงถึงบ้าน โดยสามารถระบุได้ว่าอยู่บริเวณใด ระบบก็จะไปค้นหาร้านอาหารที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงมาแสดงผล โดยยังเลือกใส่ฟิลเตอร์เพิ่มเติมเพื่อให้ผลการค้นหาแคบลงที่สุดด้วย เช่น เลือกประเภทอาหาร/ เวลาในการจัดส่งสั้นที่สุด/ โปรโมชันพิเศษ ฯลฯ ซึ่งร้านอาหารที่อยู่ในเครือข่ายมีค่อนข้างหลากหลาย เลือกได้ตั้งแต่ร้าน SMEs ไปจนถึงร้านดังในห้างอย่าง OOTOYA, Pizza Hut, Coffee World ฯลฯ เลือกร้านแล้วก็เลือกเมนูที่อยากทาน ใส่ตะกร้า ระบบจะบอกล่วงหน้าว่า ร้านนี้จะใช้เวลากี่นาทีในการจัดส่ง และค่าส่งเท่าไร (เริ่มต้นที่ 50-60 บาท ตามระยะทาง) มีรีวิวจากลูกค้าให้อ่าน สะดวกในการสั่งได้ทั้งทางหน้าเว็บและ App ใน iOS & Android
ZAB DELIVERY	อาสาไปสั่งอาหารจากร้านดังแล้วมาส่งถึงบ้าน ลักษณะคล้ายกับ Food Panda แต่อาจจะเน้นร้าน Local มากกว่า มีบริการทั้งในหน้าเว็บ และแอปใน Android (iOS ยังไม่มี)
LINE MAN X WONGNAI	บริการ Delivery ใหม่ล่าสุดจากดาวนโหลดแอป LINE MAN แอปฯ เรียกใช้บริการสั่งซื้ออาหาร และส่งของที่สะดวกรวดเร็วมาก สำหรับคนที่ไม่ชอบการเดินทาง หรือไม่อยากเสียเวลาบนท้องถนน
HELLO FOOD	แอป Hello Food Delivery เป็นแอปที่ให้ผู้ใช้งานได้สั่งอาหาร Delivery มารับประทานที่บ้านฟรี สามารถค้นหาร้านอาหารใกล้บ้าน สั่งอาหารได้ละเอียดเหมือนอยู่ร้าน
UBER EATS	การใช้ครั้งแรก แอปจะให้สมัครสมาชิก หากเคยใช้ Uber อยู่แล้วก็สามารถ Login โดยใช้ User เดียวกัน ข้อมูลบัตรเครดิตก็ใช้ร่วมกันได้ เมื่อ Login เสร็จเรียบร้อย แอปจะให้ระบุว่าคุณปัจจุบันอยู่ที่ใด กดปุ่ม Current Location ด้านบนจะมีรายการร้านอาหารที่อยู่ใกล้บ้าน ใช้เวลาในการทำและส่งไม่เกิน 30 นาที หากรีบเร่งสามารถเลือกจากส่วนนี้ได้ หรือเลื่อนดูใน Feed เพื่อเลือกร้านอาหาร โดยทุกร้านจะมีเวลาระบุว่า ใช้เวลาประมาณกี่นาทีในการสั่ง

ที่มา : 5 แอปช่วยมนุษย์ “หิว” แต่ไม่อยากออกจากบ้าน. (2560). สืบค้นจาก

<https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/lifestyle>.

การสั่งอาหารผ่านโมบายแอปยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนบริการร้านอาหาร เช่น ตัวกลางการให้บริการส่งอาหารออนไลน์หรือการจองโต๊ะอาหารผ่านแอป และเว็บไซต์แนะนำร้านอาหาร ซึ่งการสร้างร่วมมือกับผู้ให้บริการเหล่านี้ จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจร้านอาหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจจากการเข้าถึงฐานลูกค้าของพันธมิตรเหล่านี้ ซึ่ง Zhou (2010) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีนั้นมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการอำนวยความสะดวกในการทำงานหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งประกอบด้วยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป อิทธิพลทางสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และการมีทัศนคติที่ดีต่างมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป (Kim, Shin & Lee, 2009)

จากความเป็นมา และความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และทราบถึงความตั้งใจในการใช้งาน พฤติกรรมการใช้งานโมบายแอป และตอบสนองต่อความสะดวกสบายของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานสั่งอาหารผ่านโมบายแอปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาความตั้งใจในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

1.3.2 ผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมให้กับผู้ที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ โมบายล์แอปพลิเคชันการส่งตรงถึงมือผู้บริโภค (Delivery) ซึ่งช่วยในการขยายฐานลูกค้าและสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจอีกช่องทางหนึ่ง

1.3.3 ผู้ที่สนใจ นักวิชาการ และนักวิจัยที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชัน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดเรื่องแบบจำลองการผนวกทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

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

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

Venkatesh, et al. (2003) ได้ศึกษาบริษัทและองค์กร 4 แห่งที่กำลังประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยเป็นองค์กรที่มีความแตกต่างทางเทคโนโลยีลักษณะองค์กรประเภทอุตสาหกรรมหน้าทีองค์กรและ ลักษณะการใช้งานเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานระบบ จำนวนทั้งสิ้น 654

รายทดสอบหา ความเชื่อมั่นและความตรงด้วยวิธีทางสถิติ Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.70 และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีทางสถิติ Partial Least Squares (PLS) ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากตารางข้างต้นพบว่ามี 4 ปัจจัยหลักที่มี อิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ (Behavioral Intention) และการใช้งานระบบ (Use Behavior) คือ

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

1.1 Perceived Usefulness คือระดับความเชื่อด้านประโยชน์ของผู้ใช้ว่าการไ้ระบบจะช่วย เพิ่มให้ผลของการปฏิบัติงานดีขึ้น (TAM Model)

1.2 Extrinsic Motivation คือผู้ที่สามารถไ้ระบบในการปฏิบัติงานได้จะนำไปสู่ผลงานที่มีค่า และทำให้ได้รับในสิ่งที่ดีกว่าผู้อื่นเช่นมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานได้รับการขึ้นเงินเดือนหรือได้รับการ เลื่อนตำแหน่ง (MM Model)

1.3 Job-fit คือความสามารถของระบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของแต่ละ บุคคลได้ (MPCU Model)

1.4 Relative Advantage คือระดับของการไ้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่าสิ่งที่ผ่าน มา (IDT Model)

1.5 Outcome Expectations คือความคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นความคาดหวังจากการปฏิบัติงานและความคาดหวังส่วนบุคคล (SCT Model)

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

2.1 Perceived Ease of Use คือ ระดับความเชื่อของบุคคลว่าการไ้ระบบเทคโนโลยีไม่ต้อง ใ้ความพยายามสูงในการใช้งานมากนัก (TAM Model)

2.2 Complexity คือ ระดับของการเข้าใจถึงความยากที่จะเข้าใจและการไ้ระบบ (MPCU Model)

2.3 Ease of Use คือ ระดับของการไ้ระบบที่ทำให้เข้าใจว่าอยากต่อการใช้งาน (IDT Model)

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

3.1 Subjective Norm คือ ความเข้าใจของบุคคลกับพฤติกรรมการแสดงออกของผู้มีอิทธิพล ที่มีต่อตนเอง (TRA Model)

3.2 Social Factors คือ สัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมและข้อตกลง ระหว่างบุคคลที่มีอยู่ในสถานการณ์สังคมนั้นๆ (MPCU Model)

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

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

4.1 Perceived Behavioral Control คือ ความเข้าใจถึงการรับรู้อำนาจในการควบคุมระบบ ทั้งภายในและภายนอก (ภายในคือผู้ใช้ระบบเช่นความรู้ความสามารถของผู้ใช้ ระบบ และภายนอกคือสิ่งอำนวยความสะดวกจากองค์กรเช่นคู่มือปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ด้าน IT) (TPB Model)

4.2 Facilitating Conditions คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ด้านสภาพแวดล้อมเพื่อสร้าง ความง่ายในการปฏิบัติงานรวมถึงการจัดเตรียมระบบการสนับสนุนด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (MPCU Model)

4.3 Compatibility คือ ระดับของการเข้าใจระบบงานว่ามีความถูกต้องเป็นสิ่งจำเป็นและเป็น การปรับปรุงที่มีศักยภาพ (IDT Model)

นอกจากนี้พบ 3 ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบคือ

1. ทักษะต่อการใช้งานระบบ (Attitude toward the Technology) คือ ปฏิกริยาตอบสนอง ของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้ระบบประกอบด้วยโครงสร้างที่ใช้ในการพัฒนาคือ

1) Attitude Toward Behavior คือ ทักษะที่มีต่อพฤติกรรม (TRA Model)

2) Intrinsic Motivation คือ การจูงใจจากภายใน (MM Model)

3) Affect Toward use คือ ผลกระทบจากการใช้งาน (MPCU Model) และ 4) Affect คือ ผลที่เกิดขึ้น (SCT Model)

2. ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานระบบ (Self-Efficacy) คือการพิจารณาถึงความสามารถของบุคคลใด บุคคลหนึ่งในการใช้เทคโนโลยีเพื่อความสำเร็จของงานโดยมีโครงสร้างที่ได้รับการพัฒนามาจาก SCT Model

3. ความกังวลใจของผู้ใช้งานระบบ (Anxiety) คือการพิจารณาถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน ระบบที่ตอบสนองเมื่อมีการใช้งานมีโครงสร้างที่ได้รับการพัฒนามาจาก SCT Model เช่นเดียวกับ Self- Efficacy นอกจากนั้นยังพบว่าพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ (Behavioral Intention to Use the System) มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ระบบ (Use Behavior) ซึ่งพฤติกรรมความตั้งใจที่จะ ใช้งานระบบได้รับการพัฒนามาจากทฤษฎี TAM (Davis, 1989) ได้ให้คำ

นิยามไว้ว่าเป็นแผนสำหรับการใช้ งานและพฤติกรรมการใช้ระบบหรืออีกนัยหนึ่งเรียกว่า”การใช้งานจริง (Actual Use)” นั้นหมายถึงการวัด การกระทำหรือการปฏิบัติของรายละเอียดการใช้งานระบบงานวิจัยที่ผ่านมาของ Venkatesh, et al. (2003) พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้ งานระบบนั้นส่วนใหญ่จะพบอยู่ใน TRA Model, TPB Model และ MM Model และปัจจัยที่ไม่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบจะพบอยู่ใน MPCU Model, C-TAM-TPB Model และ SCT Model

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ

Dong & Higgins (2007) กล่าวว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้เทคโนโลยีได้ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีความหมายคล้ายคลึงกับความคาดหวังในประสิทธิภาพประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด คือ

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

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

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

(4) ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงาน (The Social Cognitive Theory: SCT) ถูกนำมาใช้วัดระดับประสิทธิผล การใช้เวลาน้อยลง (Spend Less Time) การเพิ่มคุณภาพของงาน การคาดหวังที่จะให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตนเอง และโอกาสที่จะได้เลื่อนตำแหน่ง

(5) นวัตกรรมนั้นมีข้อได้เปรียบหรือมีข้อดีกว่า (The Diffusion of Innovation Theory: DOI) ใช้วัดระดับความสำเร็จของงาน คุณภาพของงาน ประสิทธิภาพ ผลผลิต การใช้งานที่ง่ายกว่า และประโยชน์

ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ แบ่งได้เป็น 2 ระดับ ซึ่งแตกต่างกันระหว่างระดับบริการที่ปรารถนาและระดับบริการที่เคยได้รับ ในระดับแรกเกิดจาก ลูกค้าหวังไว้ว่า ควรจะได้รับหรือควรจะเป็น ส่วนในระดับที่สองลูกค้าได้รับบริการเหมือนที่ผ่านมาในครั้งก่อนๆ ก็จะยอมรับบริการนี้ได้ ในการศึกษาครั้งนี้ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ หมายถึง ผู้ใช้บริการโมบายแอปในการสั่งอาหารสามารถใช้บริการโมบายแอปในการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีเวลาในการทำงานหรือกิจกรรมอื่นๆ มากขึ้น (Zhou, Lu, & Wang, 2010)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม

Weber (1974) กล่าวว่า ความคาดหวังในความพยายาม คือ ความง่ายของการใช้งาน ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับความคาดหวังในความพยายาม ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ

- (1) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (The Technology Acceptance Model: TAM) นำมาใช้วัดระดับ ความสำเร็จ ความง่ายกว่า และไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก (Free of Effort)
- (2) นวัตกรรมนั้นมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน (The Model of PC Utilization: MPCU) ใช้วัดระดับ ความซับซ้อน (Complicate) การใช้เวลา (Time) และการเรียนรู้ (Learn)
- (3) ง่ายต่อการใช้งาน (The Diffusion of Innovation Theory: DOI) ใช้วัดระดับ ความง่าย ความยาก สามารถเข้าใจได้ง่าย (Understandable) และระยะเวลาที่ต้องใช้ไป (Time-consuming)

ในการศึกษาครั้งนี้ ความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปสามารถเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปได้โดยง่าย การเข้าใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารสามารถทำได้โดยผู้ใช้บริการไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก โดยผู้ใช้บริการสามารถสั่งอาหารผ่านโมบายแอปได้คล่องแคล่วแม้จะใช้งานมาเพียงไม่กี่ครั้ง และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่ลังเลใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปอีกในอนาคต (Zhou, Lu & Wang, 2010)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม

Weber (1974) กล่าวว่า อิทธิพลของสังคม คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่ากลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้นๆ ได้ให้ความคาดหวังหรือเชื่อว่าแต่ละบุคคลควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับอิทธิพลของสังคม ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ

(1) บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม (The Theory of Reasoned Action: TRA, The Theory of Planned Behavior: TPB, The Technology Acceptance Model: TAM และ A Model Combining the Technology Acceptance Model and The Theory of Planned Behavior) นำมาใช้วัดระดับความสมควรกระทำหรือไม่สมควรกระทำ

(2) ปัจจัยทางสังคม (The Model of PC Utilization: MPCU) ใช้วัดระดับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ อิทธิพลทางสังคม หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการโมบายแอปมีความรู้สึกว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป เป็นเรื่องทันสมัย เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อนหรือสังคม และทำให้ดูเป็นมืออาชีพ ทำให้ผู้ใช้บริการโมบายแอปมีความต้องการใช้บริการโมบายแอปในการสั่งอาหาร รวมถึงบุคคลใกล้ชิด เพื่อน และครอบครัวของผู้ใช้บริการเห็นประโยชน์และตระหนักถึงคุณค่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน

Ajzen (1985) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานที่องค์การมีจะสามารถช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีได้ โดยปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ (1) การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ นำมาใช้วัดระดับความพร้อมของทรัพยากรที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ (Availability) ความรู้ และความสามารถ อย่างไรก็ตาม Ajzen (1985) ได้นำเสนอแบบจำลองตามลำดับขั้น (Hierarchical or Higherorder Model) ที่ใช้อธิบายรายละเอียดการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ ว่า เกิดจากหรือถูกสร้างมาจาก ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานที่ใช้วัดระดับความสามารถของบุคคล (Person's Capabilities) และความสามารถในการควบคุม (Control Ability) ที่ใช้วัดระดับความพร้อมของทรัพยากรที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ ความรู้ และความสามารถ (2) สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน (MPCU) นำมาใช้วัดระดับความพร้อมของทรัพยากรที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ และ (3) ความสอดคล้องหรือเหมาะสมกับผู้ใช้งาน (DOI) ใช้วัดระดับความสอดคล้อง (Compatible) และความเหมาะสม

Zhou, Lu & Wang (2010) ได้นิยามสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนไว้ว่า การที่ผู้บริโภคมีอุปกรณ์พร้อม อาทิ เครื่องมือสื่อสารเคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เพื่อในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน และผู้บริโภคทราบวิธีการใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร หรือหากผู้บริโภคมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีบุคคลหรือพนักงานคอยช่วยเหลือในการใช้งานแอปพลิเคชัน

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านความตั้งใจใช้งาน

Compeau & Higgins (1995) จากหลักการของทฤษฎี The Social Cognitive Theory : SCT ศึกษาความตั้งใจใช้งานแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน (Outcome Expectation-Performance) (2) ความคาดหวังในตัวบุคคล ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน (Outcome Expectation-Personal) (3) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (4) ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม (Affect) เช่น ความชอบส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการใช้คอมพิวเตอร์ (5) ความวิตกกังวล (Anxiety) คือ ความกังวลหรือความรู้สึกต่างๆ ซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเมื่อมีการแสดงพฤติกรรม เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความสนใจหรือมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป หรือมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปในการค้นหาเมนูอาหารที่ต้องการ เพื่อที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการต่างๆ ในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป (Kim, Shin & Lee, 2009)

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน

Taylor & Todde (1995) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้งาน และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ จากทฤษฎี The Theory of Planned Behavior: TPB ร่วมกับปัจจัยองค์ประกอบของ The Technology Acceptance Model : TAM เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้มากยิ่งขึ้น โดยใช้การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ ระบุถึงอุปสรรคของการใช้งาน เช่น ข้อจำกัดด้านทักษะของแต่ละบุคคล เป็นต้น และใช้ บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมใดๆ ระบุถึงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลในสังคมที่อาจมีความสำคัญต่อผู้ใช้ในอนาคต

Wen-Bao, Ming-Kuen & Kevin (2010) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยมีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) (2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) และ (3) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) และ สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้

นอกจากนี้ Goodhue & Thompson (1995) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป เป็นพฤติกรรมการของผู้บริโภคที่มีการดาวน์โหลดโมบายแอปเพื่อสั่งอาหาร มีการใช้โมบายแอปในการค้นหาเมนูและร้านอาหารที่ผู้บริโภคสนใจ รวมถึงมีการใช้โมบายแอปสั่งอาหารในการจัดการบัญชีผู้ใช้งาน

2.8 สมมติฐานของการวิจัย

H1: ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H2: ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

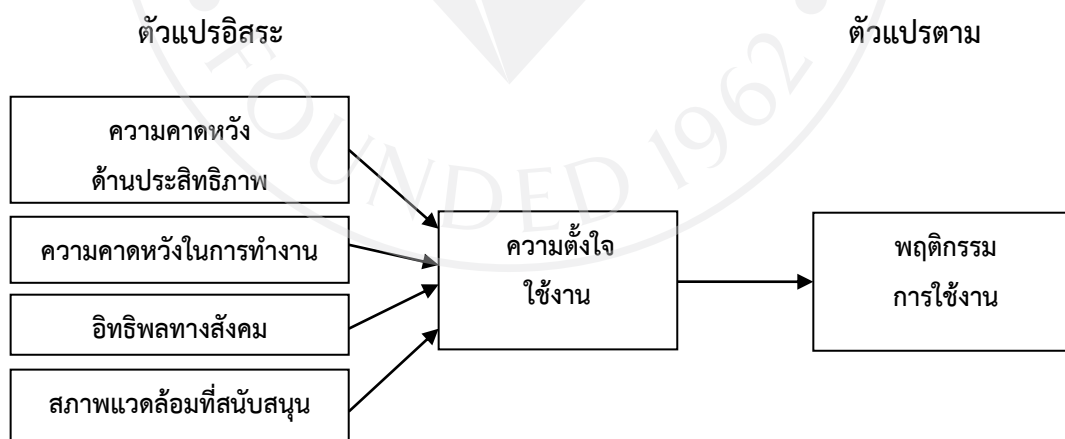
H3: อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H4: สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H5: ความตั้งใจในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2.9 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ภาพที่ 2.1 : กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 การออกแบบงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปต่างๆ ได้แก่ Food Panda, Uber Eats, EatRanger หรือ Zab Delivery เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549, หน้า 74) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

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

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50

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

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = 0.05

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

$$= 384.16$$

ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปต่างๆ ได้แก่ Food Panda, Uber Eats, Eat Ranger หรือ Zab Delivery โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้ตัวอย่าง ณ บริเวณ

ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล
ลาดพร้าว ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ ห้างสรรพสินค้าซีคอนส
แควร์ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บางนา และห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางแค จนครบจำนวน 400
ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยสร้าง
แบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่
ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม
อิทธิพลทางสังคม ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรม
การใช้งานที่มีผลต่อการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงแก้ไข
และอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม นอกจากนี้ ได้นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 30
ราย เพื่อหาความเชื่อมั่น ทำการปรับปรุงและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจก
แบบสอบถาม โดยมีที่มาของคำถามดังนี้

ตารางที่ 3.1: สรุปที่มาของคำถาม

คำถาม	ที่มา
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ 1. ฉันมีเวลามากขึ้นเมื่อฉันสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 2. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น 3. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น 4. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการสั่งอาหาร	Zhou (2010)
ความคาดหวังในการทำงาน 1. การเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องง่าย 2. การเข้าใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารเป็นเรื่องง่าย 3. ฉันสามารถใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันได้คล่องแคล่ว 4. ฉันไม่ลังเลใจที่ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	Zhou (2010)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : สรุปที่มาของคำถาม

คำถาม	ที่มา
อิทธิพลทางสังคม 1. เพื่อนและครอบครัวของฉันเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 2. บุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 3. ฉันคิดว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องทันสมัย 4. การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดูเป็นมืออาชีพ	Zhou, et al. (2013)
ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน 1. ฉันมีอุปกรณ์พร้อมในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 2. ฉันทราบวิธีการใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร 3. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีคนคอยช่วยเหลือหรือสนับสนุนการใช้งานแอปพลิเคชันของฉัน 4. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีบริษัทเจ้าของแอปพลิเคชันคอยให้การช่วยเหลือฉัน	Zhou, et al. (2013)
ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน 1. ฉันมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 2. ฉันมีความตั้งใจที่จะจัดการบัญชีผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของฉัน 3. ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูอาหารที่ต้องการ 4. ฉันมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	Kim, et al. (2009)
พฤติกรรมการใช้งาน 1. ฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 2. ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจัดการบัญชีผู้ใช้งานของฉัน 3. ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูและร้านอาหารที่ฉันสนใจ 4. ฉันดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันเพื่อสั่งอาหารปรับปรุงจาก	Goodhue & Thompson (1995)

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.4.1 การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

3.4.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้ทดลองแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด และ 400 ชุด พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเป็นไปตามเกณฑ์ (Cronbach & Meehl, 1955) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2 : ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (n=30, n=400)

ส่วนของคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น	
	n=30	n=400
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	.804	.823
ความคาดหวังในความพยายาม	.844	.825
อิทธิพลทางสังคม	.855	.789
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	.823	.811
ความตั้งใจในการใช้งาน	.820	.819
พฤติกรรมการใช้งาน	.839	.701
ค่าความเชื่อมั่นรวม	.925	.875

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษา ดังนี้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดแบบนามบัญญัติ ใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

3.5.2 สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลหรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน กับตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งใช้มาตรวจวัดอันตรภาคชั้น และสถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

บทที่ 4
ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	178	44.6
หญิง	221	55.4
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 221 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.4 และเป็นเพศชาย มีจำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	39	9.8
21-30 ปี	187	46.8
31-40 ปี	109	27.3
41-50 ปี	42	10.5
51 ปีขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ซึ่งมีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมา ได้แก่ อายุ 31-40 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 อายุ 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	7.8
ปริญญาตรี	244	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	125	31.3
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา ได้แก่ ผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และผู้มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	72	18
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	94	23.5
พนักงานบริษัทเอกชน	187	46.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	8.8
อื่นๆ	11	2.8
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมา ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 94 คิดเป็นร้อยละ 23.5 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	12	3.0
15,000-25,000 บาท	76	19.0
25,001-35,000 บาท	157	39.3
35,001-45,000 บาท	80	20.0
45,001-55,000 บาท	50	12.5
55,001 บาท ขึ้นไป	25	6.3
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาข้อมูลตามตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาได้แก่ รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้ 15,000-25,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 รายได้ 45,001-55,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ

ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. ฉันมีเวลามากขึ้นเมื่อฉันสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	2.99	.912	ปานกลาง
2. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น	3.26	.796	ปานกลาง
3. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น	3.25	.811	ปานกลาง
4. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการสั่งอาหาร	3.31	.807	ปานกลาง
รวม	3.20	.831	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 (S.D. = .831) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยโมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการสั่งอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.31 (S.D. = .807) รองลงมา คือ โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 (S.D. = .796) โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 (S.D. = .811) ฉันมีเวลามากขึ้นเมื่อฉันสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 (S.D. = .912) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการทำงาน

ความคาดหวังในการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. การเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องง่าย	3.06	.838	ปานกลาง
2. การใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารเป็นเรื่องง่าย	3.14	.820	ปานกลาง
3. ฉันสามารถใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันได้คล่องแคล่ว	3.22	.792	ปานกลาง
4. ฉันไม่ลังเลใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.31	.823	ปานกลาง
รวม	3.18	.819	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (S.D. = .819) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยฉันไม่ลังเลใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.31 (S.D. = .823) รองลงมา คือ ฉันสามารถใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันได้คล่องแคล่ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 (S.D. = .792) การใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารเป็นเรื่องง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 (S.D. = .820) การเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 (S.D. = .838) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังในการทำงาน

อิทธิพลทางสังคม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. เพื่อนและครอบครัวของฉันเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.17	.787	ปานกลาง
2. บุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.22	.836	ปานกลาง
3. ฉันคิดว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องทันสมัย	3.11	.875	ปานกลาง
4. การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดูเป็นมืออาชีพ	3.21	.797	ปานกลาง
รวม	3.18	.824	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (S.D. = .824) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยบุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.22 (S.D. = .836) รองลงมา คือ การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดูเป็นมืออาชีพ 3.21 (S.D. = .797) เพื่อนและครอบครัวของฉันเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 (S.D. = .787) ฉันคิดว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 (S.D. = .875) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน

ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. ฉันมีอุปกรณ์พร้อมในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.24	.793	ปานกลาง
2. ฉันทราบวิธีการใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร	3.25	.760	ปานกลาง
3. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีคนคอยช่วยเหลือหรือสนับสนุนการใช้งานแอปพลิเคชันของฉัน	3.30	.780	ปานกลาง
4. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีบริษัทเจ้าของแอปพลิเคชันคอยให้การช่วยเหลือฉัน	3.31	.795	ปานกลาง
รวม	3.28	.782	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 (S.D. = .782) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยหากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีบริษัทเจ้าของแอปพลิเคชันคอยให้การช่วยเหลือฉัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.31 (S.D. = .795) รองลงมา คือ หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีคนคอยช่วยเหลือหรือสนับสนุนการใช้งานแอปพลิเคชันของฉัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 (S.D. = .780) ฉันทราบวิธีการใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 (S.D. = .760) ฉันมีอุปกรณ์พร้อมในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 (S.D. = .793) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน

ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. ฉันมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.20	.764	ปานกลาง
2. ฉันมีความตั้งใจที่จะจัดการบัญชีผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของฉัน	3.20	.744	ปานกลาง
3. ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูอาหารที่ฉันต้องการ	3.18	.778	ปานกลาง
4. ฉันมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.18	.805	ปานกลาง
รวม	3.19	.773	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 (S.D. = .831) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยฉันมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน 3.20 (S.D. = .764) และฉันมีความตั้งใจที่จะจัดการบัญชีผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของฉัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.20 (S.D. = .744) รองลงมา คือ ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูอาหารที่ฉันต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 (S.D. = .796) โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (S.D. = .788) ฉันมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (S.D. = .805) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้งาน

พฤติกรรมการใช้งาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. ฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน	3.17	.804	ปานกลาง
2. ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจัดการบัญชีผู้ใช้งานของฉัน	3.22	.807	ปานกลาง
3. ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูและร้านอาหารที่ฉันสนใจ	3.10	.958	ปานกลาง
4. ฉันดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันเพื่อสั่งอาหาร	3.18	.910	ปานกลาง
รวม	3.171	.870	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 (S.D. = .831) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจัดการบัญชีผู้ใช้งานของฉัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.22 (S.D. = .807) รองลงมา คือ ฉันดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันเพื่อสั่งอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 (S.D. = .804) ฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 (S.D. = .811) ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูและร้านอาหารที่ฉันสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 (S.D. = .910) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.12: แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Independent Variables	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	1.828	.166		11.030	.000
ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	.137	.066	.348	2.069	.000*
ความคาดหวังในความพยายาม	.232	.070	.247	3.304	.039*
อิทธิพลทางสังคม	.104	.073	.304	3.052	.001*
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	.061	.068	.061	.902	.959

$R = 0.609$, $R^2 = 0.567$, $F\text{-value} = 19.807$, $*P\text{-value} < 0.05$

จากตารางที่ 4.12 จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Sig. = 0.000) ความคาดหวังในความพยายาม (Sig. = 0.039) และอิทธิพลทางสังคม (Sig. = 0.001) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Beta = 0.348) มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม (Beta = 0.304) และความคาดหวังในความพยายาม (Beta = 0.247) ตามลำดับ ส่วนสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Sig. = 0.959) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.609) พบว่า ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 60.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 39.1 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4.13 : การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความตั้งใจใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Independent Variables	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	1.156	.130		8.873	.000
ความตั้งใจในการใช้งาน	.631	.040	.620	15.762	.000

R = .509, $R^2 = .484$, F-value = 248.432, *P-value < 0.05

จากตารางที่ 4.13 จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความตั้งใจใช้งาน (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.484) พบว่า ความตั้งใจในการใช้งาน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 48.4 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 51.6 มาจากปัจจัยด้านอื่นๆ

บทที่ 5

อภิปรายผล

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ความตั้งใจใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารทำให้ผู้บริโภคสามารถสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับนันทิยา ภูสละ และนิตนา ฐานิตธนกร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังในการส่งมอบที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพการให้บริการ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความกังวลต่อเทคโนโลยี การใช้งานจริง และความน่าเชื่อถือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี ผลการศึกษพบว่า ความคาดหวังในการส่งมอบบริการที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพการให้บริการ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ การใช้งานจริง และความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันในเครื่องมือสื่อสารเคลื่อนที่ และส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปเป็นเรื่องง่าย และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่ลังเลใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปอีกในอนาคต ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของพรชนก พลาบุลย์ และนิตนา ฐานิตธนกร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย และพบว่า ปัจจัยความคาดหวังในการใช้งานหรือความพยายามในการใช้งาน ความกังวล และคุณค่าด้านราคาไม่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องทันสมัยและทำให้ดูเป็นมืออาชีพ รวมถึงบุคคลใกล้ชิดและครอบครัวของผู้บริโภคเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Sim, Tan, Wong, Ooi & Hew (2014) ที่กล่าวว่าบริบททางสังคมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลหรือมุมมองหรือการกระทำของบุคคลที่ปฏิบัติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมบางอย่างตามความรู้สึกในเชิงบวกของบรรทัดฐาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา คือ ทักษะคิดต่อการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ และอิทธิพลจากสังคมตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าการใช้โทรศัพท์มือถือ รวมถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต เป็นเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์พื้นฐานที่ทุกคนพึงมีหรือสามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต่างมีความคุ้นชินกับการใช้งานเทคโนโลยีต่างๆ ดังนั้นในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันผู้บริโภคสามารถเรียนรู้ได้เองอย่างง่ายดาย โดยไม่จำเป็นต้องมีบุคคลหรือพนักงานคอยช่วยเหลือในการใช้งานแอปพลิเคชัน หรือสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารไร้สายอื่นๆ ในการใช้งานหรือเข้าถึงแอปสั่งอาหาร ซึ่งผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ที่พบว่า สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนหรือการอำนวยความสะดวกและความไว้วางใจขั้นต้นนั้นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ความตั้งใจใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกรู้ว่า การที่ผู้บริโภคมีความสนใจหรือมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป ทำให้ผู้บริโภคดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสั่งอาหารในการค้นหาเมนูอาหารที่ต้องการ หรือข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการต่างๆ ในการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป ซึ่งส่งผลต่อการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในอนาคต ซึ่งผลการศึกษารั้ครั้งนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสเรศ ศักดิ์วีระเดชกุล และ นิตนา ฐานิตธนกร (2560) ที่พบว่า ความตั้งใจใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Airbnb ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโมบายแอปควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถสั่งอาหารได้สะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนในการใช้บริการต่ำ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโมบายแอปควรให้ความสำคัญกับความง่ายในการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร โดยที่ผู้บริโภคที่ไม่เก่งเทคโนโลยีก็สามารถใช้งานได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในการใช้งานและมีการบอกต่อแก่บุคคลที่ใกล้ชิด ทำให้ธุรกิจหรือโมบายแอปสั่งอาหารเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น

อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องโมบายแอปควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาดแบบปากต่อปาก โดยอาจจะใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซนเตอร์หรือใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการกระจายข้อมูลการใช้บริการโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานและพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ตัวแปรอื่นๆ ที่คาดว่าจะปัจจัยสำคัญเพิ่มเติม เช่น การรับรู้คุณค่าที่เป็นประโยชน์ และการหลอมรวมผู้ให้บริการ เป็นต้น ซึ่งมีผู้ศึกษาตัวแปร

ดังกล่าวในประเทศไทยไม่มากนัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ อันจะนำมาซึ่งผลการวิจัยเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

5.4.2 ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในหลากหลายช่วงอายุ เพื่อนำผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างของช่วงอายุมาเปรียบเทียบกัน ทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้หลากหลายรุ่นและสามารถพัฒนาบริการของโมบายแอปที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้สูงสุด



บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร เดือนมีนาคม 2560*. สืบค้นจาก http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201703.pdf.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จับตาปี 60 สั่งอาหารออนไลน์หนุนตลาด Delivery โตร้อยละ 11-15. (2560). *ฐานเศรษฐกิจ*. สืบค้นจาก www.thansettakij.com/content/118867.
- ชูศักดิ์ เพรศคोध์ และสินี กิตติชนม์วรกุล. (2557). *การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและอิทธิพลของสื่อต่อแนวความคิดทางการเมืองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดสงขลา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท* มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธัญชนก แสงสุข. (2556). *ส่วนผสมทางการตลาด ความสำเร็จของสารสนเทศและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท* มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นัตติยา ภู่อะ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2560). *ความคาดหวังในการส่งมอบที่รวดเร็ว ประสิทธิภาพการใช้บริการ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความกังวลต่อเทคโนโลยี. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2560 ครั้งที่ 4 การออกแบบนวัตกรรมเพื่อการศึกษาและงานวิจัย 4.0*. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์ สไตลิส คอนเวนชัน.
- บังอรรัตน์ สำเนียงเพระ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสำนักงานเสมือนกรณีศึกษา:หน่วยงานปฏิบัติการภาคสนาม องค์การผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรชนก พลาบุลย์ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2560). *การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2560 ครั้งที่ 4 การออกแบบนวัตกรรมเพื่อการศึกษาและงานวิจัย 4.0*. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์ สไตลิส คอนเวนชัน.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พิมพ์พร เต่าน้ำ. (2554). *นวัตกรรม เทคโนโลยีและสารสนเทศทางการศึกษา*. สืบค้นจาก <http://sci544148041.blogspot.com/p/4.html>.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *แนวโน้มคนไทยใช้สมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้น*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/ActivityNSO/A24-05-60.aspx>.
- สุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). เจื่อนไขการอำนวยความสะดวก อิทธิพลจากสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจขั้นต้น และทัศนคติต่อการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2016 เศรษฐกิจดิจิทัลในบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ส่องพฤติกรรมการผู้ใช้เน็ตไทยติดมือถือ. (2560). *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/751412>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสเรศ ศักดิ์วีระเดชกุล และนิตนา ฐานิตธนกร. (2560). สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ที่ตั้งของที่พักคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Airbnb ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2560 ครั้งที่ 4 การออกแบบนวัตกรรมเพื่อการศึกษาและงานวิจัย 4.0*. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์ สไตลิส คอนเวนชัน.
- 5 แอปช่วยมนุษย์ “หิว” แต่ไม่อยากออกจากบ้าน. (2560). สืบค้นจาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/lifestyle>.
- Bakar, A. A., & Razak, F. Z. B. A. (2014). *The role of facilitating condition and Social influence towards Continuance intention to use e-learning*. *International Journal of Technical Research and Applications*, 2(1), 12-14.
- Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). Construct Validity in Psychological Tests. *Psychological Bulletin*, 52, 281-302.
- Fitzsimons, G.J., & Morwitz, V.G. (1996). The effect of measuring intent on brandlevel purchase behavior. *Journal of Consumer Research*, 23(6), 1-11.
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual-performance. *MIS Quarterly*, 19, 213-236.
- Howard, L.T. (1994). *Competency-based educational*. Engle Wood: Prentice – Hall.
- Kim, G., Shin, B., & Lee, H. G. (2009). Understanding dynamics between initialtrust and usage intentions of mobile banking. *Information Systems Journal*, 19, 283-311.
- Lin, W. B., Wang, M. K., & Hwang, K. P. (2010). The combined model of influencing on-line consumer behavior. *Expert Systems with Applications*, 37, 3236-3247.

- Mowen, J.C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Neufeld, D. J., Dong, L., & Higgins, C. (2007). Charismatic Leadership and User Acceptance of Information Technology. *European Journal of Information Systems*, 16(4), 494-510.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 26, 111-24.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1990). Five imperatives for improving service quality. *Sloan Management Review*, 29-38.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). New York : McGraw-Hill.
- Sim, J. J., Tan, G.W., Wong, J.C., Ooi, K. B., & Hew, T.S. (2014). *Understanding and predicting the motivators of mobile music acceptance-A multi-stage MRA-artificial neural network approach. Telematics and informatics*, 31,569-584.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., & Davis, G.B. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Wang, C., & Zhang, P. (2012). The evolution of social commerce: The people, management, technology, and information dimensions. *Communications of the Association for Information Systems*, 31(5), 105-127.
- Weber, M., & Weber, M. (1974). *The theory of social and economic organization*. New York: The Free.
- Zhang, H., Lu, Y., Gupta, S., & Zhao, L. (2014). What motivates customers to participate in social commerce? The impact of technological environments and virtual customer experiences. *Information & Management*, 51(8), 1017-1030.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobilepayment services. *Decision Support Systems*, 54, 1085-1091.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobilebanking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26, 760-767.



ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการค้นคว้าอิสระ จัดทำขึ้นเพื่อนำผลไปใช้ในการวิเคราะห์และศึกษาในภาพรวม ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และคำตอบของท่านจะถูกรักษาเป็นความลับ

ขอบคุณในความอนุเคราะห์และให้ความร่วมมือ

นางสาวธาวินี จันทร์คง

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

นิยามในการศึกษาวิจัยนี้ การสั่งอาหารผ่านโมบายแอป หมายถึง การใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันในเครื่องมือสื่อสารเคลื่อนที่ โดยมีขอบเขตการศึกษาแอปพลิเคชัน Food Panda, Uber Eats, EatRanger และ Zab Delivery ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสั่งอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายประเภท ได้แก่ อาหารไทย อาหารญี่ปุ่น อาหารนานาชาติ อาหารอีสาน อาหารจานเดียวตามสั่ง อาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น

ในรอบเดือนที่ผ่านมาท่านเคยสั่งอาหารผ่านโมบายแอปหรือไม่

1. ไม่เคย (จบการสอบถาม)
2. เคย โปรดระบุแอปที่ใช้ครั้งล่าสุด (1) Food Panda (2) Uber Eats (3) EatRanger (4) Zab Delivery (5) อื่นๆ (จบการสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง: โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ไม่เกิน 20 ปี

2) 21 – 30 ปี

3) 31 – 40 ปี

4) 41 – 50 ปี

5) 51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- | | |
|---------------------------|--|
| 1) นักเรียน/นักศึกษา | 2) เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ |
| 3) พนักงานบริษัทเอกชน | 4) ข้าราชการ/พนักงานรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| 5) อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

5. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1) ไม่เกิน 15,000 บาท | 2) 15,001 – 25,000 บาท |
| 3) 25,001 – 35,000 บาท | 4) 35,001 – 45,000 บาท |
| 5) 45,001 – 55,000 บาท | 6) 55,001 บาท ขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยที่

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ฉันมีเวลามากขึ้นเมื่อฉันสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน					
2. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น					
3. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น					
4. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการสั่งอาหาร					

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังในความพยายาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคาดหวังในความพยายาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปเป็นเรื่องง่าย					
2. การเข้าใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารเป็นเรื่องง่าย					
3. ฉันสามารถใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปได้คล่องแคล่ว					
4. ฉันไม่ลังเลใจที่ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					

ส่วนที่ 4 อิทธิพลทางสังคม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

อิทธิพลทางสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. เพื่อนและครอบครัวของฉันเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					
2. บุคคลใกล้ชิดมีอิทธิพลต่อฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					
3. ฉันคิดว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปเป็นเรื่องทันสมัย					
4. การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปทำให้ฉันดูเป็นมืออาชีพ					

ส่วนที่ 5 สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ฉันมีอุปกรณ์พร้อมในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					
2. ฉันทราบวิธีการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหาร					
3. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป ฉันมีคนคอยช่วยเหลือหรือสนับสนุนการใช้งานแอปพลิเคชันของฉัน					
4. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป ฉันมีบริษัทเจ้าของแอปพลิเคชันคอยให้การช่วยเหลือฉัน					

ส่วนที่ 6 ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ฉันมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					
2. ฉันมีความตั้งใจที่จะจัดการบัญชีผู้ใช้งานโมบายแอปของฉัน					
3. ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปในการค้นหาเมนูอาหารที่ฉันต้องการ					
4. ฉันมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					

ส่วนที่ 7 พฤติกรรมการใช้งาน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอป					
2. ฉันใช้โมบายแอปในการจัดการบัญชีผู้ใช้งานของฉัน					
3. ฉันใช้โมบายแอปในการค้นหาเมนูและร้านอาหารที่ฉันสนใจ					
4. ฉันดาวน์โหลดโมบายแอปเพื่อสั่งอาหาร					

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งให้ได้ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของแบบสอบถามและพัฒนาแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

2. แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังในการทำงาน

ส่วนที่ 3 อิทธิพลทางสังคม

ส่วนที่ 4 ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการใช้งาน

3. ขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาร่างแบบสอบถามส่วนที่ 1-6 ว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรในนิยามศัพท์ของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวา เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา

ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา

ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นไม่มีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา

4. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้นๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นักศึกษาปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะวัดหรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในผลการพิจารณา

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

+1 หมายถึง สอดคล้อง

ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1. ฉันมีเวลามากขึ้นเมื่อท่านสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				
2. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้ดียิ่งขึ้น				
3. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดำเนินการสั่งอาหารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น				
4. โมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการสั่งอาหาร				

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังในความพยายาม

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะวัดหรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในผลการพิจารณา

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

+1 หมายถึง สอดคล้อง

ความคาดหวังในความพยายาม	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1. การเรียนรู้วิธีการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องง่าย				
2. การเข้าใช้งานโมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหารเป็นเรื่องง่าย				
3. ฉันสามารถใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันได้คล่องแคล่ว				
4. ฉันไม่ลังเลใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				

ส่วนที่ 3 อิทธิพลทางสังคม

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะวัดหรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในผลการพิจารณา

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

+1 หมายถึง สอดคล้อง

อิทธิพลทางสังคม	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1. เพื่อนและครอบครัวของฉันเห็นคุณค่าการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				
3. ฉันคิดว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันเป็นเรื่องทันสมัย				
4. การใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันทำให้ฉันดูเป็นมืออาชีพ				

ส่วนที่ 4 สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะวัดหรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในผลการพิจารณา

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

+1 หมายถึง สอดคล้อง

สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1. ฉันมีอุปกรณ์พร้อมในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				
2. ฉันทราบวิธีการใช้โมบายแอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร				
3. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีคนที่คอยช่วยเหลือหรือสนับสนุนการใช้งานแอปพลิเคชันของฉัน				

สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
4. หากฉันมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ฉันมีบริษัทเจ้าของแอปพลิเคชันคอยให้การช่วยเหลือฉัน				

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะวัดหรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในผลการพิจารณา

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ +1 หมายถึง สอดคล้อง

ปัจจัยด้านความตั้งใจในการใช้งาน	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1. ฉันมีความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				
2. ฉันมีความตั้งใจที่จะจัดการบัญชีผู้ใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของฉัน				
3. ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูอาหารที่ฉันต้องการ				
4. ฉันมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการใช้งาน

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับตัวแปรที่จะวัด

หรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในผลการพิจารณา

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

+1 หมายถึง สอดคล้อง

พฤติกรรมการใช้งาน	ผลการพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	-1	0	+1	
1. ฉันใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน				
2. ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการจัดการบัญชีผู้ใช้งานของฉัน				
3. ฉันใช้โมบายแอปพลิเคชันในการค้นหาเมนูและร้านอาหารที่ฉันสนใจ				
4. ฉันดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันเพื่อสั่งอาหาร				

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวธาวินี จันท์คง
สถานที่ติดต่อ	เลขที่ 150 หมู่ 5 ตำบลลาดใหญ่ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
การศึกษา	ปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ เอกการเงินการธนาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 31 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ภาวิณี จันทรวง อยู่บ้านเลขที่ 150
ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง ลาดในญ
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด ส.ม. หอสมความ รหัสไปรษณีย์ 75000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในทวงล้ออาหาร
ของ ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ชวิน จันทรวง.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาว ชวิน จันทรวง)

ลงชื่อ.....อ.จ.ก.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....[Signature].....พยาน
(ดร.สุชาติา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....[Signature].....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร