

การศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่

กรณีศึกษา Grab Food

A Study of Behavior of Using Food Delivery Application System:

A Case study of Grab Food

อัญชลี เกตุจันทร์¹, สุรินทร์ มรรคา², วิภา ชมพูบริสุทธิ์³

วิทย์ วัชรโรตมประเสริฐ⁴ และ เฉลิม ใจทิม⁵

Unchalee Ketchan¹, Surin Makka², Vipa Chompooborisut³

Vit Vajararodomprasert⁴ and Chalerm Jaitim⁵

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์

Faculty of Business Administration, Rajapark Institute

Email: ¹unchalee@gmail.com

Received December 18, 2021; **Revised** March 3, 2022; **Accepted** May 15, 2022

Abstract

This research is quantitative. The objectives are to study the characteristics of the Food Delivery (Grab Food) application system that affects the selection of food ordering services. and to study the differences in demographic data that affect the choice of the food delivery (Grab Food) application system. Food delivery (Grab Food) application system by determining the sample size, the researcher uses the formula of Cochran received a sample size of 384 samples. The statistics used in the data analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and one-way variance statistics (One-Way Analysis of Variance (ANOVA), The results of the research revealed that most consumers' behavior in choosing Grab Food's food delivery application system was the safest and reliable, followed by technology acceptance. The least impactful aspect was the quality of the data. and when comparing the demographic data of consumers affecting behavior in choosing the food delivery (Grab Food) application system, it was found that consumers of different sexes. The behavior in choosing the food delivery (Grab Food) application system is not different. Education levels, occupations, and different behaviors in choosing the food delivery (Grab Food) application system were significantly different at the 0.05 level.

Keywords: Food Delivery; Application; Grab Food

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหาร และศึกษาความแตกต่างข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เคยใช้บริการระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ของ แกร็บฟู้ด ในด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่วนด้านที่มีผลน้อยที่สุด คือ ด้านคุณภาพของข้อมูล และเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชัน ฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) ไม่ต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (แกร็บฟู้ด) ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ฟู้ดเดลิเวอรี่; แอปพลิเคชัน; แกร็บฟู้ด

บทนำ

ในการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ที่มีความเปลี่ยนแปลง ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น เช่น เกิดการทำงานแบบใหม่ที่เรียกว่า Digital Workplace บุคคลส่วนใหญ่จะกระทำทุกอย่างอยู่ในสมาร์ตโฟน ทำให้เกิดการเรียนรู้หรือมีกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น ซึ่งสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งภาคอื่น ๆ ในสังคมต้องมีการปรับตัวโดยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อรองรับต่อความต้องการของประชาชนที่หลายหลายและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยี คือ มนุษย์รู้สึกถึงการได้รับความสะดวกสบาย และมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่นในกรณีที่มนุษย์เป็นบทบาทของผู้บริโภค มักจะมีความคาดหวังต่อการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ แต่ได้มาตรฐานและคุณภาพ เพราะฉะนั้นนวัตกรรมที่เรียกว่า แอปพลิเคชัน (Application) ซึ่งหมายถึง โปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่ออกแบบมาสำหรับสมาร์ตโฟน และ แท็บเล็ต

ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้งฟรีและจ่ายเงิน (Encyclopedia IT, 2018) ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสาร ด้านธุรกิจต่างๆหรือแม้แต่ด้านความบันเทิงต่างๆ เป็นต้น ซึ่งที่กล่าวมานี้ จะเป็นตัวช่วยที่สำคัญที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ (Foodstory, 2018)

ปัจจุบันการบริการอาหารแบบส่งถึงที่เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่เฉพาะแต่ร้านอาหารแบรนด์เนมเท่านั้นที่ใช้ แต่ร้านอาหารตามสั่งขนาดเล็กทั่วไปก็มีการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และเพื่อรักษายอดขายและส่วน แบ่งทางการตลาด (Posttoday, 2015) ซึ่งเป็น

การปรับตัวทั้งเพื่อแก้ปัญหาและเพิ่มบทบาทของตนเองมากขึ้น และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มดังกล่าว และพยายามสร้างฐานลูกค้าใหม่ด้วยการยื่นข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจร้านอาหารมีรายได้จากบริการเดลิเวอรี่ที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันร้านอาหารทั่วไปที่ไม่มีช่องทางการสั่งอาหารทางออนไลน์เป็นของตนเอง ก็จะพัฒนาโดยการร่วมมือกับผู้ประกอบการที่เป็นตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้นจากการเดลิเวอรี่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยระบบให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ ซึ่งได้แก่ บริษัทแกร็บ (Grab) เฉพาะบริการรับส่งอาหารเดลิเวอรี่ (Grab Food) ซึ่งเป็นรูปแบบที่รวมร้านอาหารยอดนิยมตามที่ต่าง ๆ รวมไปถึงถึงร้านในห้างสรรพสินค้าทั่วกรุงเทพมหานคร ที่สามารถกดสั่งผ่านแอป Grab และจะมีบริการรับและส่งอาหารให้ถึงจุดหมาย (Grab Food, 2016) มีการชำระราคาสินค้าด้วยเงินสดและบัตรเครดิต ซึ่งเป็นการส่งเสริมผลักดันให้เกิดเป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหาร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food)

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ศึกษาระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหาร

ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) สั่งอาหาร

ขอบเขตด้านระยะเวลา การดำเนินงานวิจัยในช่วงเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2564

ทบทวนวรรณกรรม

แอปพลิเคชัน (Application) หรือที่หลายคนเรียกกันสั้น ๆ ว่า “แอป” ถือเป็นระบบปฏิบัติการหรือแพลตฟอร์มที่ถูกพัฒนาในยุคที่ 4G ซึ่งเริ่มพัฒนามากขึ้น และขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่สามารถสื่อสารทางเสียงอย่างเดียว เป็นการให้บริการด้านข้อมูล โปรแกรมหรือสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านสื่อสาร ด้านการศึกษา ด้านความบันเทิง และด้านการใช้งานทางด้านธุรกรรมเชิงธุรกิจ ส่งผลให้อุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคม พัฒนาออกแบบมาสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ โทรศัพท์มือถือ รวมถึงแท็บเล็ต ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้งฟรีและจ่ายเงิน ซึ่งเป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่เห็นช่องทางพร้อมกับการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้บริการ

ความหลากหลายและอรรถประโยชน์ต่าง ๆ บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของแอปพลิเคชัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 วัตถุประสงค์หลัก ดังนี้ (Wutthakatdiphet, 2017)

1. เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ผู้บริโภคค้นหาหรืออ้างอิง
2. เป็นช่องทางจัดจำหน่ายคอนเทนต์ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่ต้องซื้อเนื้อหารายฉบับหรือสมัครสมาชิกรายเดือน

สมาชิกรายเดือน

3. เป็นช่องทางในการให้บริการออนไลน์ เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค
4. จำหน่ายเป็นแอปพลิเคชันอรรถประโยชน์ต่างๆ โดยอนุญาตให้ผู้บริโภคใช้งานได้เพียง บางส่วนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่จะถูกจำกัดฟังก์ชันการทำงานที่สามารถใช้งานได้อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ผู้บริโภคสามารถชำระเงินเพื่อใช้งานแอปพลิเคชันฉบับเต็มที่มีความหลากหลายทางฟังก์ชันที่สูงกว่า

สรุปแอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมาใช้สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ โทรศัพท์มือถือ รวมถึงแท็บเล็ต เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค ซึ่งแอปพลิเคชัน (Application) จะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น การสั่งอาหาร ,การใช้งานทางด้านธุรกรรมเชิงธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี (Food Delivery)

ธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี (Food Delivery) เป็นแนวคิดใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีในการสร้างแพลตฟอร์ม และสร้างระบบการบริการแบบเครือข่ายที่มีแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เป็นตัวกลาง โดยที่เข้ามาตอบโจทย์ในการส่งอาหารให้กับผู้บริโภคลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนดทำให้ร้านอาหารเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านและสะดวกต่อสถานที่ให้บริการ และผู้บริโภคได้รับความสะดวกและเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการซื้อผ่านช่องทางดั้งเดิม โดยกระบวนการเริ่มต้นจากลูกค้าส่งคำสั่งซื้อ ชำระเงิน ตลอดจนรับอาหารภายในเวลาที่กำหนด นอกเหนือจากการพัฒนาระบบการ จัดส่งให้มีประสิทธิภาพลูกค้าได้รับอาหารสดใหม่ตรงเวลาแล้ว ผู้เล่นในธุรกิจแต่ ละรายยังพยายาม สร้างตัวเองให้เป็นศูนย์กลางของการสั่งอาหารบนแอปพลิเคชัน อย่างไรก็ตามธุรกิจ ฟู้ดเดลิเวอรี ยังมีข้อจำกัดในเรื่องความครอบคลุม ของพื้นที่ให้บริการและความไม่มั่นใจของผู้บริโภค จึงทำให้ยังไม่สามารถขยาย ตลาดได้อย่างเต็มที่

สรุป ฟู้ดเดลิเวอรี (Food Delivery) คือการใช้แอปพลิเคชัน (Application) เป็นสื่อกลางในการส่งอาหารให้กับผู้บริโภค

Grab

Grab เกิดขึ้นภายใต้การก่อตั้งของแอนโทนี ดัน และฮุย ลิง ดัน ที่ประเทศมาเลเซียในปี 2012 โดยใช้ชื่อเริ่มแรกว่า “My Teksi” และใช้ชื่อใหม่เป็น “Grab” ในปี 2016 โดยทั้งสองมุ่งพัฒนาให้ Grab เป็นแอปพลิเคชันที่ตอบโจทย์และแก้ปัญหาระบบขนส่งมวลชนของประเทศมาเลเซียและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นับตั้งแต่จุดเริ่มต้น เรามุ่งมั่นและมีวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปข้างหน้า ด้วยการแก้ปัญหาด้านการขนส่งสาธารณะ รวมไปถึงการนำเสนอบริการที่สะดวกคุณภาพของบริการ และความปลอดภัย เพื่อช่วยยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คนและพัฒนาสังคมไทย

Grab Food แพลตฟอร์มการให้บริการเป็นสื่อกลางในการจัดส่งอาหารที่รวบรวมร้านอาหารจำนวนมาก เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งอาหารได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว โดยมีจำนวนพาร์ทเนอร์ผู้ขับขี่มากที่สุดในประเทศ พาร์ทเนอร์ร้านอาหารสามารถรับคำสั่งซื้อได้แบบเรียลไทม์ เพื่อกำหนดเวลาของคนขับและเวลาที่

ลูกค้าได้รับอาหารอย่างแม่นยำ พร้อมตรวจสอบยอดขายแบบรายวันได้ทั้งในแอปพลิเคชันร้านค้า และสรุปรายงานในอีเมล

สรุป Grab Food คือ แพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางในการให้บริการจัดส่งอาหารให้กับผู้บริโภค โดยจะมีการรวบรวมร้านอาหารจำนวนมากไว้เพื่อให้ผู้บริโภคสั่งอาหารได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในการสั่งอาหาร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนความถี่ในการใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ประกอบด้วย 5 ด้าน (1) ด้านความสามารถในการใช้งาน จำนวน 5 ข้อ (2) ด้านคุณภาพของข้อมูล จำนวน 5 ข้อ (3) ด้านคุณภาพการบริการ จำนวน 5 ข้อ (4) ด้านการยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 5 ข้อ และ (5) ด้านความพึงพอใจและน่าเชื่อถือ จำนวน 5 ข้อ โดยลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale)

จากนั้นนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเพื่อหาความถูกต้อง ความเหมาะสม และความครอบคลุมของประเด็นการประเมินตามวัตถุประสงค์การวิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของรายการประเมินแต่ละข้อเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่า ทุกประเด็นการประเมินมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งมีเกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.50 (Rovinelli & Hambleton, 1977) ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่าเกินกว่า 0.7 (Hair et al., 2014) ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่าระดับความเที่ยงของตัวแปรในแบบสอบถามทั้งหมดผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด โดยมีค่าระหว่าง 0.796–0.933

การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในการสั่งอาหาร โดยใช้โปรแกรม Google Form สร้างแบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และแจกแบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook เป็นต้น ซึ่งมีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้บริโภคที่เคยใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) โดยมีการสอบถาม ว่าท่านเคยใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ใช่หรือไม่ ก่อนทำแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS โดยการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วคำนวณค่าร้อยละและสถิติต่าง ๆ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อ

อธิบายข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประกอบด้วย t-test, F-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance หรือ ANOVA)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.90 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.10 ในภาพรวมมีการศึกษาสูงสุดระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.90 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.60 มีความถี่ในการใช้บริการ แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ต่อสัปดาห์ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.10

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า พฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละด้าน พบว่า พฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) ส่วนพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในกรุงเทพมหานคร ด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านคุณภาพของข้อมูล มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$)

พฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา Grab Food	ผลการประเมิน			ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	
ด้านความสามารถในการใช้งาน	3.88	.648	มาก	4
ด้านคุณภาพของข้อมูล	3.78	.650	มาก	5
ด้านคุณภาพการบริการ	3.94	.664	มาก	3
ด้านการยอมรับเทคโนโลยี	3.99	.572	มาก	2
ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	4.00	.602	มาก	1
รวม	3.92	.549	มาก	

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสามารถในการใช้งาน โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ การติดตั้งแอปพลิเคชันทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้ง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) และข้อที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ แอปพลิเคชันมีการช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$)

ด้านคุณภาพของข้อมูล โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ รูปภาพเมนูอาหารมีความสวยงาม น่าเชื่อถือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมา คือ ข้อมูลในแอปพลิเคชันชัดเจน ไม่คลุมเครือ เข้าใจง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และข้อที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ข้อมูลในแอปพลิเคชันอัปเดตเป็นปัจจุบัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$)

ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ สามารถสะสมคะแนน Grab Rewards ได้มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันจะแจ้งลูกค้าเมื่อการจัดส่งมีปัญหา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และข้อที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ หากเกิดข้อผิดพลาดจากระบบ จะมีการชดเชยความผิดพลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$)

ด้านการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ แอปพลิเคชันช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันช่วยให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์จากการใช้งาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) และข้อที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ แอปพลิเคชันมีการประมวลผลที่รวดเร็วถูกต้องแม่นยำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$)

จำแนกตามด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ แอปพลิเคชัน มีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย น่าเชื่อถือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันสามารถติดตามผลการชำระเงินและการส่งสินค้าได้อย่างสะดวกและปลอดภัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) และข้อที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ แอปพลิเคชันมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้อย่างน่าเชื่อถือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ที่แตกต่างกัน ดังตาราง

ข้อมูลประชากรศาสตร์	พฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่										รวม	
	กรณีศึกษา Grab Food											
	ด้านความสามารถในการใช้งาน	ด้านคุณภาพของข้อมูล	ด้านคุณภาพการบริการ	ด้านการยอมรับเทคโนโลยี	ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ							
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
เพศ												
ชาย	3.92	.643	3.81	.680	3.95	.653	4.04	.496	4.00	.618	3.94	.568
หญิง	3.86	.652	3.76	.629	3.94	.673	3.96	.616	3.99	.593	3.90	.536
อายุ												
21 – 30 ปี	3.92	.652	3.85	.617	3.85	.636	4.04	.551	4.14	.423	3.96	.482
31 – 40 ปี	3.90	.640	3.80	.691	3.97	.646	4.00	.538	3.95	.655	3.92	.579
41 – 50 ปี	3.53	.629	3.41	.465	3.86	.813	3.65	.558	3.77	.706	3.64	.512
50 ปีขึ้นไป	4.27	.407	3.94	.519	4.33	.492	4.40	.653	4.19	.457	4.23	.454
ระดับการศึกษา												
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.65	.691	3.62	.561	3.97	.702	3.82	.545	3.86	.532	3.78	.495
ปริญญาตรี	4.18	.615	4.03	.673	3.97	.633	4.29	.514	4.37	.582	4.17	.564
ปริญญาโท	3.93	.321	3.99	.322	4.13	.550	4.01	.388	3.87	.293	3.98	.277
ปริญญาเอก	3.56	.666	3.02	.623	3.41	.592	3.56	.666	3.49	.688	3.41	.612
อาชีพ												
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.24	.591	4.16	.551	4.12	.559	4.33	.445	4.41	.525	4.25	.480
ค้าขาย/อาชีพอิสระ	3.87	.354	4.07	.404	4.13	.414	4.13	.488	4.11	3.71	4.06	.355
ผู้ประกอบการ/ายจ้าง	3.57	.345	3.19	.626	3.16	.434	3.62	3.84	3.52	5.98	3.41	.432
พนักงานบริษัทเอกชน	3.91	.658	3.83	.515	4.23	.714	3.98	.410	3.91	.527	3.97	.410
นักเรียน/นักศึกษา	2.50	.848	2.55	.989	3.05	.707	2.55	.989	3.25	.707	2.78	.848
บุคลากรทางการศึกษา	3.61	.609	3.32	.356	3.62	.346	3.73	.571	3.73	.500	3.60	.440

เมื่อพิจารณาตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

เพศ พบว่า ผู้บริโภคเพศชาย มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) มากกว่าผู้บริโภคเพศหญิง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$)

อายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) โดยด้านที่ให้ความสำคัญมาก

ที่สุด คือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยี รองลงมา คือ อายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) ด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุดด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) โดยด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ผู้บริโภคมีการศึกษาระดับปริญญาโท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) ด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพการบริการ

อาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) โดยด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ มีอาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) ด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพการบริการและด้านการยอมรับเทคโนโลยี

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า พฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ (1) ด้านความสามารถในการใช้งาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการติดตั้งแอปพลิเคชัน ทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phongsupat (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันอาหารที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความสามารถในการใช้งาน (Usability) (2) ด้านคุณภาพของข้อมูล รูปภาพเมนูอาหารมีความสวยงาม น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Klaengkla (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า แอปพลิเคชันสั่งอาหารมีความน่าเชื่อถือ และทันสมัย รูปภาพเมนูมีความสวยงามและน่ารับประทานมีการนำเสนอรายการอาหารที่น่าสนใจ (3) ด้านคุณภาพการบริการ สามารถสะสมคะแนน Grab Rewards ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Wiangta (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย และค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ค่านิยมและการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food อยู่ในระดับมาก (4) ด้านการยอมรับเทคโนโลยี แอปพลิเคชันช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Virayothin (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน อุ เบอร์ อีท (Uber Eats) เพื่อบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) ผลการวิจัย พบว่า การใช้งานแอปพลิเคชันที่ง่ายและสะดวกมากกว่า การออกแบบการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก สะดวกในการตัดสินใจกดสั่งซื้อ ราคาค่าบริการจัดส่งราคาเดียวและมีโปรโมชั่นต่อเนื่อง (5) ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ แอปพลิเคชันมีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Taerungreung (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชัน KMA ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยด้านความเชื่อมั่นด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.910$, S.D. = 0.790) อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คำถามที่ 3 “ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน KMA

มีการสวณสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ที่น่าเชื่อถือ”มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.010$, S.D. = 0.746) รองลงมา คือ คำถามที่ 2 “ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน KMA มี ระบบความปลอดภัยต่อการป้องกันการโจรกรรม”มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.000$, S.D. = 0.761)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wattanavijit (2017) เรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อบริการรับส่ง อาหาร (Food Delivery) ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ ที่มีเพศอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Riengsinchai (2020) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: แอปพลิเคชันไลน์แมน (Lineman), ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda), แกร็บฟู้ด (Grabfood) ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ กล่าวได้ว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ แตกต่างกัน

บทสรุป

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ในด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือมากที่สุด ในส่วนของระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ในเรื่องของแอปพลิเคชันช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ส่วนด้านที่มีผลน้อยที่สุด คือ ด้านคุณภาพของข้อมูล ในเรื่องของรูปภาพเมนูอาหารมีความสวยงาม น่าเชื่อถือ และเมื่อพิจารณาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ไม่ต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยในการชำระเงินของระบบ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้
 - 1.1 ศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ รองรับระบบความปลอดภัยในการชำระเงินและบริการอื่น ๆ
 - 1.2 พัฒนาระบบการชำระเงินและบริการอื่น ๆ ให้ทันสมัยรองรับกับเทคโนโลยี
2. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) ที่แตกต่างกัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังนี้
 - 2.1 รวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันของข้อมูลประชากรศาสตร์
 - 2.2 วางแผน ออกแบบ ระบบให้สอดคล้องกับความต้องการของประชากรศาสตร์

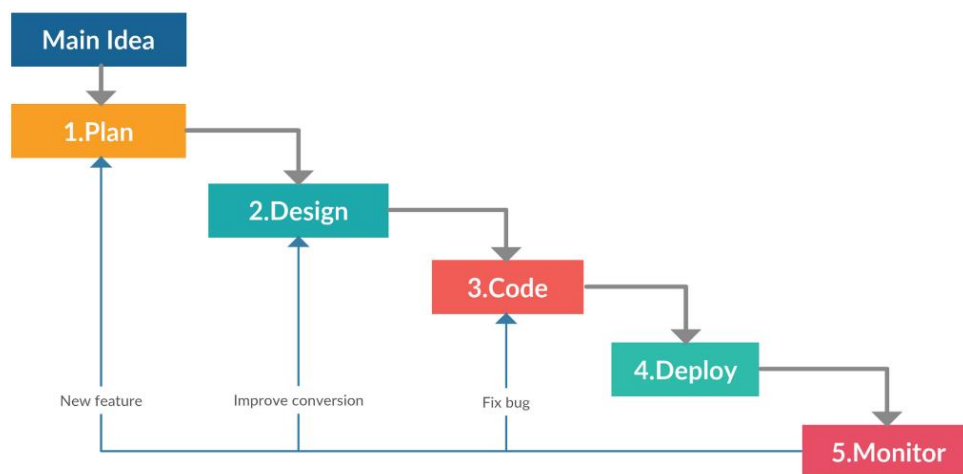
2.3 พัฒนาระบบให้สอดคล้องกับความต้องการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ค้นพบสิ่งที่สำคัญในการใช้ระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ คือ ความปลอดภัยและน่าเชื่อถือของระบบ โดยเฉพาะระบบที่มีการชำระเงินที่ปลอดภัย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผู้พัฒนาระบบ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนแรกในการพัฒนา คือ การวางแผน โดยต้องวางแผนให้มีความสำคัญกับการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ในด้านการชำระเงิน สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาของระบบที่เกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคใช้งานระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ (Grab Food) เพื่อนำปัญหาที่ได้มาปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ สิ่งที่ใช้ระบบให้มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือของตัวระบบ ในเรื่องของการชำระเงินที่ปลอดภัย ดังนั้นในขั้นตอนการพัฒนาแอปพลิเคชัน เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนผู้พัฒนาระบบต้องเลือกใช้เทคโนโลยีทางด้านการชำระเงินที่ปลอดภัย น่าเชื่อถือและมีความทันสมัยมาใช้ในระบบแอปพลิเคชัน



ภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแอปพลิเคชัน

References

- Encyclopedia IT. (2018). *What is Application*. <http://www.mindphp.com>.
- Foodstory. (2018). *Food Delivery Grow Answer to the City People*. <http://www.bltbangkok.com/CoverStory/>.
- GRABFOOD. (2016). *Why Should you Try Grab Food*. <https://www.grab.com/>.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Klaengkla, P. (2018). *An Analysis on Optimal Attributes of Food Delivery Application in Bangkok* [Independent Study, Kasetsart University].
- Phongsupat, N. (2018). *A Study on Food Application Market and Consumer Behavior Regarding Food Application Choice*[Independent Study, Thammasat university].
- Posttoday. (2015). *'Food Delivery' in This Era: Serving at Home*. Posttoday. <https://www.posttoday.com/politic/report/361916>
- Riengsinchai, J. (2020). Study of Food Service Order Behavior Through the Application of Consumers in Bangkok: Application Lineman, Foodpanda, Grabfood. *SSRU Journal of Public Administration*, 3(2), 32-48.
- Taerungreaung, N. (2019). *Factors That Influence the Confidence in Using Application (KMA) of Ayudhya Public Company Limited Bank's Customers*[Master's Thesis, Silpakorn University].
- Virayothin, P. (2018). *Factors Affecting Consumers in Making Decisions in Using Uber Eats Application for Food Delivery*[Independent Study, Bangkok University].
- Wattanavijit, S. (2017). *The Satisfaction of Using Grab Food Application for Food Delivery of Employees in Private Company in Bangkok Area*. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt13-2/6014993123.pdf>
- Wiangta, R. (2018). *Perceived Values of Product, Sales Promotion Satisfaction and the Values that Influenced the Decision to Use Food Ordering by the Grab Application (Grab Food)* [Independent Study, Bangkok University].
- Wutthakatdiphet, A. (2017). *Digital Marketing Communication and Customers Decision Making on Online Messenger in Bangkok District*[Independent Research, Bangkok University].