

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์
Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย
Factors Affecting Ordering Decisions Buy Products Through the Online
Service Provider Food Delivery Online in Nong Khai province

บุญเพ็ง สิทธิวงษา และ กนกอร บุญมี

Boonpeng Sittivongsa and Kanokon Boonmee

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Northeastern University

E-mail: Boonpeng.sit@neu.ac.th Tel. 093-5602069

Received 18/9/2566

Revised 7/12/2566

Accepted 14/12/2566

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย และ 3) เพื่อหาแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคายเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย จำนวน 400 คน กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลภาครัฐจากเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 10 คน มาใช้หาข้อมูลในการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้นและการพรรณนาจำแนกข้อมูลจัดทำบรรณานุกรมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ ประกอบการอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า: 1) การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลายอยู่ในระดับปานกลาง และด้านวิธีการชำระเงินที่หลากหลายอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านราคา X_2 ด้านกระบวนการ X_6 ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 3.279 .275 และ -4.333 ตามลำดับ 3) ควรพัฒนาระยะเวลาค่าบริการการส่งถึงผู้บริโภค พนักงานควรจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและค่าบริการไม่แพงเกินไปตามการสั่งและค่าบริการสินค้าที่ได้รับอยู่ในสภาพดีไม่เสียหายในส่วนของความเหมาะสมในระบบการสั่งซื้อผ่าน Internet เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยมีส่วนลดสำหรับการสั่งอาหาร สร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสมปรับปรุงค่าบริการ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงิน จัดเก็บค่าบริการเพื่อติดตามลูกค้าในการบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์

คำสำคัญ: การตัดสินใจ สินค้า ระบบออนไลน์

Abstract

The objectives of this research article are 1) to study the decision to order products through the Food delivery online service provider in Nong Khai province 2) to study the factors affecting the decision to order products through the Food delivery online service provider in Nong Khai province. Nong Khai Province and 3) to find guidelines for deciding to order products through Food delivery online service providers in Nong Khai Province It is a combination of quantitative research and qualitative research. The sample groups used in this research are: There are 400 people in Nong Khai Province. The target groups used in the research are: Government information provider group From 10 government officials used to find information in interviews. The research tools used were questionnaires and interviews Statistics used in data analysis are frequency, percentage, mean and standard deviation Multiple regression analysis using a hierarchical variable selection method and data description, classification, data editing and data analysis. Write a report according to the objective accompanying the discussion of results.

The results of the research found that: 1) the decision to order products through an online service provider, Food delivery online, in Nong Khai Province. Overall, every aspect is at a moderate level. They can be arranged in descending order as follows: The appropriate food delivery service charge was at a moderate level, the variety of promotions was at a moderate level, and the variety of payment methods was at a moderate level, respectively. 2) Factors affecting the decision to order products through an online food delivery online service provider in Nong Khai Province. Overall, it was found that the price aspect X_2 process aspect X_6 Marketing Promotion X_4 the predictor coefficients in raw score (b) were 3.279, .275 and -4.333, respectively. 3) Should develop the period of delivery service fees to consumers. The staff should deliver the goods quickly and the service fee is not too expensive according to the order and the service fee for the product received in good condition, not damaged in part of the suitability. in the ordering system via the Internet to help reduce costs with a discount for ordering food Create criteria for appropriate food delivery services service charge update There is a standard in the service fee. Confirmation of correct purchase of goods with a variety of payment channels, collection of service fees to attract customers in online shopping services.

Keywords: Decision, Product, Online System

1. บทนำ

อาหารถือเป็นอีกปัจจัยที่ทุกคนจะต้องรับประทานเพื่อการดำรงชีวิต ซึ่งแต่เดิมในยุคที่บริการจัดส่งอาหารและอินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลาย ผู้บริโภคเคยเคยกับการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารที่สามารถสั่งและนั่งรับประทานได้ โดยร้านอาหารที่สามารถนั่งรับประทานที่ร้านได้ในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ทั้งร้านอาหารรายย่อย ร้านอาหารทั่วไป ส่วนมากเป็นร้านอาหารที่เป็นอาหารที่คนไทยคุ้นเคย ร้านอาหารต่างประเทศและร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทนี้มีทั้งที่เป็นแบรนด์จากต่างประเทศและคนไทยเป็นเจ้าของ โดยลำดับอาหารต่างประเทศที่คนไทยนิยมรับประทาน 5 อันดับแรก ได้แก่ อาหารญี่ปุ่น อาหารจีน อาหารอเมริกัน อาหารเวียดนาม อาหารอิตาลี ตามลำดับ และร้านอาหารประเภทบริการด่วน ร้านอาหารประเภทนี้กว่าร้อยละ 90 จะเป็นธุรกิจเฟรนไชส์ประเภทฟาสต์ฟู้ด แต่ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งการจราจรที่ติดขัดส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะอยู่บ้านรับประทานอาหารและเลือกใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มากยิ่งขึ้น ประกอบกับการใช้

บริการร้านอาหารส่วนมากจะใช้บริการในช่วงเวลากลางวัน ช่วงเย็นและเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งการให้บริการที่หน้าร้านเพียงอย่างเดียวทำให้ร้านอาหารไม่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้นผู้บริโภคจึงหาวิธีการที่จะสามารถรับประทานอาหารจานโปรดได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารเองก็หันมาให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการขายเพื่อให้ครอบคลุมและสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในหลาย ๆ ช่องทางมากยิ่งขึ้น (ณัฐศาสตร์ ปัญญา และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ, 2562)

จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปการให้บริการหน้าร้านเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการจึงหันมาให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการขายเพื่อให้ครอบคลุมและสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ในหลาย ๆ ช่องทาง ทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีวิธีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ธุรกิจอาหารเองก็ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน โดยการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างความน่าสนใจและเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นวงกว้าง การเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการร้าน เป็นต้น รวมถึงการเข้ามาของธุรกิจบริการส่งอาหารอย่าง “Food Panda” “LINE MAN” และ “Grab Food” ดำเนิน ธุรกิจแบบ B2B2C กล่าวคือ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการรวบรวมร้านอาหารต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกันและให้บริการจัดส่งอาหารให้แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าของร้านอาหารนั้น ๆ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างแอปพลิเคชันที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี (พิมพ์พมผกา บุญธนาพิรัชต์, 2560)

พื้นที่จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่มีผลกระทบในระดับต้น ๆ ในการที่บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากบริการจัดส่งอาหารสามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยที่หันมาใช้ชีวิตอยู่ในบ้านกันมากขึ้น อาจเป็นผลมาจากการเดินทางออกนอกบ้านในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ทั้งจากราคาน้ำมันและค่าครองชีพอื่น ๆ อีกทั้งการจราจรที่ไม่เอื้อต่อการเดินทาง นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนในจังหวัดส่วนใหญ่อาจจะเหนื่อยล้าจากการทำงานจนไม่อยากทำอาหารรับประทานเอง อีกทั้งจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีจำนวนน้อยลงทำให้การทำอาหารแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการซื้ออาหารสำเร็จรูปจากนอกบ้านมารับประทาน รวมไปถึงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติที่มีแนวโน้มเกิดบ่อยขึ้น ล้วนส่งผลโดยตรงต่อตลาดบริการจัดส่งอาหารให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ทิวาพร สำเนียงดี, 2558)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการศึกษาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ไม่ว่าจะเป็นแนวทางใดต้องพัฒนาเป็นองค์รวมตลอดปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์มีการเชื่อมโยงผู้บริโภคในจังหวัดด้วยระบบต่าง ๆ ได้แก่ ระบบออนไลน์ Food delivery online และระบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลุ่มผู้ผลิตเป็นศูนย์กลางและเป็นเครือข่ายการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ประเด็นดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online และแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคายต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบ ออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย
- 3) เพื่อหาแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย

2. วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (เชิงปริมาณ)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดหนองคาย เพราะผู้วิจัยทำการวิจัยในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย โดยได้แก่ ประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย จำนวน 334,036 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีจำนวนมาก มีความแตกต่างกันระหว่างหน่วยสุ่มที่สามารถจำแนกออกเป็นชั้นภูมิ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับความครบถ้วน ครอบคลุมและคำนวณหาจำนวนตัวอย่างตามสูตรทาร์ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย จำนวน 400 คน

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย (เชิงคุณภาพ)

ประชากรกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดหนองคาย คัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจง พิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารให้ข้อมูลองค์ ความรู้ความเป็นมา สภาพปัจจุบันและแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยแยกเป็น 1 กลุ่ม ๆ 10 คน เป็นจำนวน 10 คน โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (เชิงปริมาณ)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นโดย การศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดของตัวแปรต้นและตัวแปรตามของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย เป็นคำถามปลายเปิด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (เชิงคุณภาพ)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดของตัวแปรตามของแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย เป็นคำถามประเภทสัมภาษณ์เชิงลึกในภาคสนาม

การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเชิงปริมาณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ลักษณะข้อคำถามในแต่ละข้อมีลักษณะปลายปิด ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของคำถาม และโครงสร้างของแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด การวิจัย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องที่ระดับเข้าใกล้ 1.00 ถ้าต่ำกว่า 0.6 ควรจะปรับปรุง ข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ได้ค่า IOC 1.00 ทุกข้อ

4. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่แก้ไข และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทำการทดสอบ จำนวน 40 คน กับประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทางสังคมศาสตร์ ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.87 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดต่อไป

การสร้างเครื่องมือเชิงคุณภาพที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมวิเคราะห์เป็นข้อมูลคำถามเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบในเรื่อง แนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาวางโครงสร้างแบบสัมภาษณ์โดย กำหนดขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามกรอบแนวคิดของการวิจัยและขอคำแนะนำจากที่ปรึกษาเพื่อความสะดวกในประเด็น และเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์ยิ่งขึ้น

3. ผู้วิจัยและคณะได้ร่วมการพัฒนาแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยยิ่งขึ้นและใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและข้อเท็จจริงที่จะนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ในลำดับต่อไป

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างแล้วนำเสนอในที่ปรึกษาและนำไปปฏิบัติในภาคสนามต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล (เชิงปริมาณ)

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย หลังจากนั้นรวบรวมแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติทางสังคมศาสตร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล (เชิงคุณภาพ)

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยประสานงาน เพื่อขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ แล้วเดินทางไปตามวันเวลาที่นัดหมาย ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยแนะนำตนเอง สร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยกับผู้ถูกสัมภาษณ์ แจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ แล้วดำเนินการสัมภาษณ์พูดคุยอย่างเป็นกันเองตามแนวทางการสัมภาษณ์ที่วางไว้ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงทัศนะของตนเองอย่างเต็มที่ โดยแยกเป็น 1 กลุ่ม เป็นจำนวน 10 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและข้อเท็จจริงที่จะนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงปริมาณ)

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บ รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทางสังคมศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงคุณภาพ)

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยคัดเลือกและจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ จัดทำบรรณานุกรมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลไปเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงปริมาณ) ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้น

3. การวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยคัดเลือกและจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ จัดทำบรรณานุกรมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำข้อมูลไปเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงคุณภาพ)

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยคัดเลือกและจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ จัดทำบรรณานุกรมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลไปเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การวิเคราะห์ เอกสาร หนังสือ ตำรา โดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาเป็นกรอบแนวคิด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้การสรุปความ การตีความและนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

3. ผลการศึกษา

1) วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 1 การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้าน

การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม	3.07	0.17	ปานกลาง
ด้านวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.02	0.48	ปานกลาง
ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย	3.04	0.27	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08	0.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$ S.D. = 0.18) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$ S.D. = 0.17) ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$ S.D. = 0.27) และด้านวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$ S.D. = 0.48) ตามลำดับ

2) วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ลำดับตัวแปรที่ได้รับ การคัดเลือก	B	S.E.	Beta	t	P-value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-.820	.135		-6.088	.000		
ด้านผลิตภัณฑ์ X_1	.047	.032	.041	1.445	.149	-.017	.110
ด้านราคา X_2	3.279	.068	-.859	-3.462	.001*	-.370	-.102
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย X_3	.348	.077	.330	4.517	.342	.196	.499
ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4	- 4.333	.117	.749	6.229	.000*	.500	.961
ด้านบุคคล X_5	.374	.071	1.240	5.252	.402	.234	.514
ด้านกระบวนการ X_6	.275	.055	.054	3.182	.302*	.067	.282

SE_{est} = ±.03488 R = .979; R² = .959 ; Adj. R² =.959 ; F = 1847.932 ; p-value = 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านราคา X_2 ด้านกระบวนการ X_6 ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 3.279 .275 และ -4.333 ตามลำดับ

3) วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ผลการศึกษา พบว่า แนวทางการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย

ควรพัฒนาระยะเวลาค่าบริการการส่งถึงผู้บริโภค พนักงานควรจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและค่าบริการไม่แพงเกินไปตามการสั่งและค่าบริการสินค้าที่ได้รับอยู่ในสภาพดีไม่เสียหายในส่วนของความเหมาะสมในระบบการสั่งซื้อผ่าน Internet เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยมีส่วนลดสำหรับการสั่งอาหาร สร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสม ปรับปรุงค่าบริการ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลาย ช่องทางการชำระเงินจัดเก็บค่าบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าในการบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์

4. สรุปและอภิปรายผล

การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้าน พบว่า การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลายอยู่ในระดับ ปานกลาง และด้านวิธีการชำระเงินที่หลากหลายอยู่ในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกฤษ์ เชาวชาญกิจ (2562) การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ดังนี้ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศและสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ในขณะที่ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพและด้านกระบวนการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดหนองคาย โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านราคา X_2 ด้านกระบวนการ X_6 ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 3.279 .275 และ - 4.333 ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สันทวุฒิ ตูลารักษ์ (2563) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท และอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารมากที่สุด คือ Grab Food สำหรับช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 18:01 - 22:00 น. ส่วนจำนวนครั้งที่เรียกใช้บริการต่อสัปดาห์ส่วนใหญ่ นาน ๆ ครั้งจึงจะเรียกใช้บริการสถานที่จัดส่งอาหารส่วนใหญ่จะให้มาส่งที่บ้าน โดยสั่งอาหารมารับประทานกับครอบครัว ค่าอาหารที่สั่งต่อครั้ง โดยเฉลี่ยมากกว่า 500 บาท และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันคือตัดสินใจด้วยตนเอง

ควรพัฒนาระยะเวลาค่าบริการการส่งถึงผู้บริโภค พนักงานควรจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและค่าบริการไม่แพงเกินไปตามการสั่งและค่าบริการสินค้าที่ได้รับอยู่ในสภาพดีไม่เสียหายในส่วนของความเหมาะสมในระบบการสั่งซื้อผ่าน Internet เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยมีส่วนลดสำหรับการสั่งอาหาร สร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสม ปรับปรุงค่าบริการ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลาย ช่องทางการชำระเงินจัดเก็บค่าบริการเพื่อบังคับลูกค้าในการบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรานันท์ แก่งกล้า (2562) การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการนิยมใช้แอปพลิเคชัน Lineman สั่งอาหารมากที่สุด ซึ่งนิยมสั่งมารับประทานเป็นมือเย็นและนิยมสั่งในวันศุกร์และเสาร์ อาหารที่สั่งเป็นประเภทอาหารไทย ซึ่งผู้บริกากรนิยมสั่งมารับประทานที่บ้านหรือคอนโดมิเนียมบ่อยที่สุด สำหรับผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการพอใจมากคือคุณลักษณะสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้อย่างสะดวกในกรณีที่เกิดปัญหาและคุณลักษณะจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีคือราคาการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่เท่ากับการสั่งรับประทานที่ร้าน การใช้ตารางเป็นฟรีเซ็นต์และการจัดกิจกรรมแจกของรางวัลให้ลูกค้ามีส่วนร่วม

สรุป

การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์อยู่ในระดับปานกลางและในแต่ละด้าน เช่น ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลายและด้านวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย ยังไม่มากเท่าที่ควรทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังเลือกใช้วิธีการเดิม ๆ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ พบว่า ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมากในการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า ฉะนั้นควรพัฒนาระยะเวลาค่าบริการการส่งถึงผู้บริโภค โดยการยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงินจัดเก็บค่าบริการเพื่อบังคับลูกค้าในการบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์ และควรสร้างกลไกที่ประชาชนมีความเข้าใจง่ายและเป็นประโยชน์มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในตอนนี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (2) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ และ (3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่ายควรจัดทำแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรที่จะต้องยึดหลักการให้ความรู้ความเข้าใจในแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจ

สั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ

2. ควรสร้างความร่วมมือประสานงานกับทุก ๆ ภาคส่วน โดยการยึดถือหลักการมีส่วนร่วมในแนวทางการพัฒนาพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

1. รมรณคใ้ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำนโยบายแนวทางการพัฒนาพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ต่อมาตรการช่วยเหลือของภาครัฐและผู้ประกอบการไปปฏิบัติภายในการบริหารจัดการและอย่างจริงจัง

2. ควรให้บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่แต่ละฝ่ายในจังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมในแนวทางการพัฒนาพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ และคอยช่วยเหลือประชาชนให้เข้าใจในระบบออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยเชิงลึกโดยการลงสัมภาษณ์สนทนากลุ่ม ถึงกระบวนการ รูปแบบ วิธีการดำเนินงานในการนำแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ในส่วนของการวิจัยครั้งต่อไป หลังจากที่ได้มีการดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ ควรจะเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งด้านขนาดพื้นที่ทำการวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์หามาตรการประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการและประชาชนอย่างจริงจัง

5. เอกสารอ้างอิง

ณัฐฤช เชาวชาญกิจ. (2562). การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐศาสตร์ ปัญญา และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. 11(1), 52-66.

ทิวาพร สำเนียงดี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสั่งอาหารจากเดอะพิชซ่าคอมปะนีผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

พิมพ์ผกา บุญนาพิรัชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิรณันท์ แก่งกล้า. (2562). การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สันทวุฒิ ตุลารักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ทุสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น.