

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ใน ยุคสังคมความปกติใหม่

Factors Affecting Consumers in Making Decisions in Using Online Food Delivery Service in the New Normal Period

กันหา พุทธิพงษ์กร¹ วิเชียร โสมวิภาต² สถาพร เกียรติพิริยะ³ นารี รัตนไชย⁴

และ ไชยา ประดิษฐ์ธรรม⁵

Kanha Pharitpongsakorn Wichien Somvipat Sathaporn Keitpiriya

Naree Ratanachai and Chaiya Praditthum

วันที่ส่งบทความ: 1 กันยายน 2564, วันที่แก้ไขบทความ: 28 ธันวาคม 2564,

วันที่ตอบรับบทความ: 28 ธันวาคม 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1. ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ 2. ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ 3. ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ และ 4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์เท่านั้น จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท ต่อเดือน มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว สมาชิกใน

¹ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคกลาง อีเมล kanha 1514@gmail.com

Lecturer of Faculty of Business Administration, The University of Central Thailand E-mail : kanha 1514@gmail.com

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคกลาง อีเมล poo8853@gmail.com

Lecturer of Faculty of Business Administration, The University of Central Thailand E-mail: poo8853@gmail.com

³ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคกลาง อีเมล sathapornkeit@gmail.com

Lecturer of Faculty of Business Administration, The University of Central Thailand E-mail: sathapornkeit@gmail.com

⁴ อาจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคกลาง อีเมล Naree_rich@hotmail.com

Lecturer of Graduate School, The University of Central Thailand E-mail: Naree_rich@hotmail.com

⁵ อาจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยภาคกลาง อีเมล chaiya567@hotmail.com

Lecturer of Graduate School, The University of Central Thailand E-mail: chaiya567@hotmail.com

ครอบครัวจำนวน 1-3 คน และส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์จากแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด (GRAB FOOD) ในส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ รูปแบบการด้านความสนใจ และรูปแบบการด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายถึงอิทธิพลตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 70.7 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยขั้นตอนระดับลดหลั่น

คำสำคัญ: ความปกติใหม่, ธุรกิจส่งอาหาร, ออนไลน์, รูปแบบการดำเนินชีวิต

Abstract

The objective of this research were as follows: 1 to study personal data of online food delivery business users; 2 to study the lifestyle of online food delivery business users; 3 to study the decision-making process of online food delivery business users; and 4 to study the relationship between the lifestyle with the decision to choose an online food delivery business in the new normal social era. It is a quantitative research conducted in the form of survey research. The sample is 400 people who have used online food delivery business only.

The results showed that online food delivery business users mostly female who are aged between 21-30 years, single status, income between 15,001-25,000 baht per month, most of them work for government service/state enterprise, have a bachelor's degree. The environment of their residence is a detached house with 1-3 family members and most of them choose to use the online food delivery service from the Grab Food application (GRAB FOOD). In term of online food delivery business users Interest patterns (IN) and opinion patterns (OP), the result was correlate and positively affect online food delivery business decisions. It was statistically significant at the 0.05 level, and 70.7 percent of the influence of the source variable on the dependent variable which could be explained when the Enter multiple regression was analyzed.

Keywords: New normal, Food Delivery, Online, Lifestyle

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในเศรษฐกิจระดับโลก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้การดำเนินธุรกิจทุกประเภทจะต้องใช้การสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบใหม่ รวมถึงการตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภค

โดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ให้เหมาะกับเหตุการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในภาวะวิกฤตเช่นนี้ จึงทำให้การวางแผนในการดำเนินธุรกิจ และการประเมินผลกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจต่อไปในช่วงหลังไวรัสโควิด-19 นับต่อจากนี้ไป ความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ มาจัดการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับตัวของธุรกิจมากขึ้น ในขณะเดียวกัน สถานที่ต่าง ๆ ทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน ร้านอาหาร หรือ สถานที่ทำงานของบริษัทต่าง ๆ ต้องมีการปฏิบัติ ตัวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากทั่วโลกพบว่าเมื่อการระบาดของไวรัสโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง และรูปแบบการทำงาน การเรียน และการทำธุรกิจจะยังคงรูปแบบคล้ายช่วงระบาดของไวรัส โควิด-19 ระบาด กล่าวคือ ยังคงปฏิบัติงาน ศึกษาเล่าเรียน และทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้คนจำนวนมากที่ยังคงคงตักงานและไม่มีงานรองรับอย่างเพียงพอ ตลอดจนสถานการณ์ที่ยังคงต้อง รักษาระยะห่างจากกันและกัน ไม่ว่าจะอยู่ในสวนสาธารณะ ในสถานที่ทำงาน สถานที่เรียน อาจกล่าวได้ว่า วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) นั้นจะทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็น ด้านการงาน การเรียน และธุรกิจ (ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรี และสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, 2563) มีหลายธุรกิจต้องให้พนักงานทำงานที่บ้าน โดยทางบริษัทต้องสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์สารสนเทศให้กับพนักงาน และต้องปรับตัวตามสถานการณ์ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจความงาม และแฟชั่น ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า อุตสาหกรรม และธนาคาร (สุวัฒน์ ศักดิ์สมฤทธิ์ และจักรพงษ์ เพิ่มเมตตา, 2561) จะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำการตลาดรูปแบบใหม่ โดยมุ่งเน้นทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น หากหลายธุรกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนมาใช้แพลตฟอร์มเดลิเวอรี่ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และลดงบประมาณค่าใช้จ่าย เพื่อรักษาสภาพคล่องทางธุรกิจ มีเงินหมุนเวียนในธุรกิจเพิ่มขึ้น ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต จะส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากธุรกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมของผู้บริโภค (สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์, 2561) สามารถจำแนกธุรกิจที่จำเป็นต้องปรับตัวภายใต้วิถีชีวิตปกติใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหาร มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่มากขึ้น เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะคุ้นชินกับการกดสั่งผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ต่าง ๆ อันเป็นผลสะท้อนจากวิกฤตไวรัสโควิด-19 ที่สร้างวิถีชีวิตปกติใหม่ให้คงอยู่กับผู้บริโภค ร้านอาหารส่วนใหญ่ปรับตัวให้ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์มากขึ้นกว่าเดิม โดยมีการเข้าร่วมกับแพลตฟอร์มส่งอาหารเดลิเวอรี่ของผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2563) สำหรับธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) เป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตในช่วงนี้ เพราะในปัจจุบันที่มีวิกฤตโควิด-19 ทำให้หลายคนทำงานที่บ้าน (Work From Home) เพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชืขณะที่เดินทางไปทำงานที่สถานที่ทำงานที่ต่าง ๆ รวมถึงการกักตัวอยู่ที่บ้าน จำเป็นต้องมีการสั่งอาหาร ดังนั้น การใช้งานแอปพลิเคชันสั่งอาหารจึงเกิดขึ้นมากมาย เช่น Grab, Food Panda, Line Man, Get เป็นต้น (ธีระพงษ์ ทศวัฒน์ และปิยะกมล มหิวรรณ, 2563) และได้รับความนิยมสูงมาก และร้านค้าหรือร้านอาหารหลายร้านเริ่มหันมาจัดส่งถึงบ้านมากขึ้น การเติบโตของธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) และ เมื่อพิจารณาถึงการเติบโตของการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ จึงมีผู้ให้บริการด้านการซื้อและจัดส่งอาหารถึงที่หลายรายที่อาศัยระบบออนไลน์

ที่เป็นแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือที่เป็นตัวกลางในการซื้อและจัดส่งอาหารถึงมือผู้บริโภคที่คิดค่าอาหารตามจริง และคิดค่าจัดส่งตามระยะทาง (ศุภสิริ สร้อยทองพงศ์, 2564) ผู้บริโภคสามารถเลือกสั่งอาหารจากร้านที่มีอยู่ในรายการอาหารของร้าน นอกจากนี้ ปัจจุบันร้านอาหารต่าง ๆ เริ่มมีการใช้ระบบการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันจากผู้ให้บริการที่กล่าวไว้ข้างต้น

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ โดยศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ และเพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการบริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ และสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการตลาด ประกอบการตัดสินใจ และวางกลยุทธ์ต่าง ๆ รวมถึงเพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร รับรู้ถึงแนวโน้มและความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ การนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนา ผลิตภัณฑ์ โปรโมชัน ที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจอาหารควบคู่กับธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ให้สอดคล้องกับรูปแบบและวิถีชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยคือ ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ทั่วประเทศ แต่เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันมีการแพร่ระบาด โควิด 19 จึงทำให้ไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลของประชากรทั้งหมด การดำเนินการวิจัยให้ได้เสร็จตามเวลาที่กำหนด อีกทั้งประหยัดงบประมาณและแรงงาน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้สูตรการคำนวณ กลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ คอแครน (Cochran, 1973) ที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95 % ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์เท่านั้น จำนวน 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างเป็นระบบ (Systematic Sampling)

สมมติฐานการวิจัย

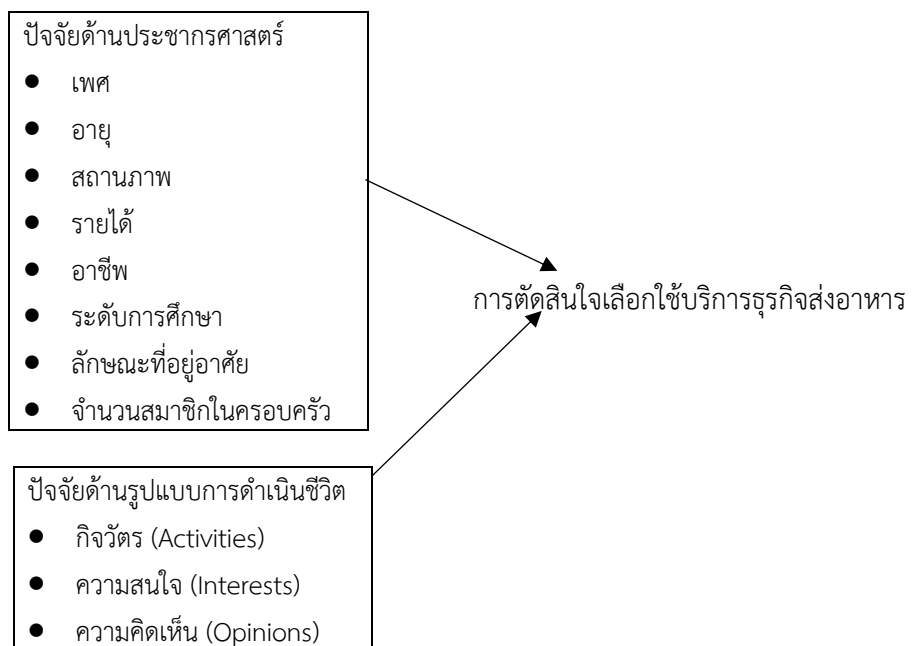
รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ลักษณะที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัว และ 2. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions)

ตัวแปรตาม ได้แก่ 1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย



เครื่องมือในการวิจัย

งานวิจัยนี้ เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) ซึ่งได้ออกแบบสอบถามตามหลักทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมถึง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามโดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ลักษณะที่อยู่อาศัย และจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นแบบคำถามที่ให้เลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นแบบคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้ธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ เป็นแบบคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จาก ผู้เชี่ยวชาญ โดยนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับมากกว่า 0.6 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับ ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 จึงได้นำไปเป็นผลของงานวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในส่วนข้อมูลทั่วไปของเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิต การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ แสดงผลเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย กำหนดเกณฑ์ในการแปลผล กำหนดเกณฑ์ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

2 ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ของผู้ใช้บริการ

3 สมการ $MD = \beta_0 + \beta AC + \beta IN + \beta OP + \Sigma \text{ เมื่อ}$

MD แทน การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ (Making Decisions)

AC แทน รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจกรรม (Activities)

IN แทน รูปแบบการด้านความสนใจ (Interests)

OP แทน รูปแบบการด้านความคิดเห็น (Opinions)

4 ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหา รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ในยุคสังคมความปกติใหม่ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ทางสถิติ แบ่งเป็น 4 ส่วน มีผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

ข้อมูลส่วนบุคคล		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	124	31.0
	หญิง	276	69.0
อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	41	10.3
	21-30 ปี	157	39.3
	31-40 ปี	106	26.5
	41-50 ปี	59	14.8
	51-60 ปี	32	8.0
	สูงกว่า 60 ปี	5	1.3
สถานภาพ	โสด	232	58.0
	สมรส	140	35.0
	หม้าย/หย่าร้าง	28	7.0
รายได้	ต่ำกว่า 15,001 บาท	152	38.0
	15,001 – 25,000 บาท	166	29.0
	25,001 -35,000 บาท	62	15.5
	35,001- 45,000 บาท	24	6.0
	45,001 -55,000 บาท	16	4.0
	สูงกว่า 55,000บาทขึ้นไป	30	7.5
อาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	148	37.0

ข้อมูลส่วนบุคคล		ความถี่	ร้อยละ
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	115	28.8
	นักเรียน/นักศึกษา	48	12.0
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	77	19.3
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	8	2.0
	อื่นๆโปรดระบุ	4	1.0
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	145	36.3
	ปริญญาตรี	187	46.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	17.0
ลักษณะที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว	271	67.8
	ทาวน์เฮาส์	61	15.3
	อาคารชุด	67	16.8
	อื่นๆ (โปรดระบุ)...	1	0.3
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1-3 คน	216	54.0
	4-6 คน	163	40.8
	7-9 คน	18	4.5
	10 คนขึ้นไป	3	0.8
บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ จากแอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหาร	แกร็บฟู้ด (GRAB FOOD)	214	53.5
	ฟู้ดแพนด้า (FOODPANDA)	131	32.8
	ไลน์แมน (LINE MAN)	48	12.0
	โกเจ๊ก (GOJEK)	3	0.8
	อื่นๆโปรดระบุ...	4	1.0

จากตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาเพศชาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาอายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และมีอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมารายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 166 คน

คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีรายได้ 25,001 -35,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาทขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีรายได้ 35,001- 45,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และมีรายได้ 45,001 -55,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 มีรายได้สูงกว่า 55,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และมีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

จำแนกระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 187 คนคิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นทาวน์เฮาส์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และลักษณะที่อยู่อาศัยอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมามีลักษณะจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ลักษณะจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และลักษณะที่อยู่อาศัยอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

จำแนกตามใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์จากแอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการแกร็บฟู้ด (GRAB FOOD) จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาเลือกใช้บริการฟู้ดแพนด้า (FOODPANDA) จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 เลือกใช้บริการไลน์แมน (LINE MAN) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เลือกใช้บริการอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และเลือกใช้บริการโกเจ๊ก (GOJEK) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

ตารางที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

รูปแบบการดำเนินชีวิต	Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC)	3.98	0.62	มาก

รูปแบบการดำเนินชีวิต	Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. กิจกรรมที่ท่านทำอยู่ทำให้ท่านไม่มีเวลาว่าง	3.77	0.95	มาก
2. ท่านใช้อินเตอร์เน็ต/คอมพิวเตอร์/Social Network เป็นประจำ	4.36	0.76	มาก
3. ท่านมักเลือกอยู่ในที่พัก ในเวลาว่างหรือวันหยุด	3.98	0.62	มาก
4. ท่านชอบรับประทานอาหารในที่พัก	3.77	0.95	มาก
5. ท่านนิยมสั่งซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์เป็นประจำ	4.36	0.76	มาก
6. ท่านไม่ชอบทำอาหารทานเอง	4.23	0.81	มาก
รูปแบบการด้านความสนใจ(IN)	4.18	0.83	มาก
1. ท่านสนใจเรื่องที่กำลังเป็นกระแสนิยมเรื่องการสั่งอาหารออนไลน์	3.77	0.99	มาก
2. ท่านชอบทดลองใช้แอปพลิเคชันใหม่ๆ	3.56	1.13	มาก
3. ท่านเห็นความสำคัญของการปรับวิถีชีวิตให้ตามกระแสความเปลี่ยนแปลง	3.91	0.73	มาก
4. ท่านสนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่นนวัตกรรมทางมือถือ แล็ปท็อป เป็นต้นอยู่เสมอ	3.65	1.03	มาก
5. ท่านมีความสนใจในการหาข้อมูลในเรื่องอาหารและร้านอาหารอยู่เสมอ	3.76	0.99	มาก
6. ท่านมีความสนใจสินค้าบนสื่อออนไลน์โดยตลอด	4.02	0.82	มาก
รูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP)	4.06	0.83	มาก
1. ธุรกิจเดลิเวอรี่ อาหารสามารถอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน	3.97	0.85	มาก
2. การใช้บริการบริการธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารสามารถติดต่อหรือสั่งอาหารได้ง่าย	3.98	0.82	มาก
3. ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารสามารถช่วยแก้ปัญหาในเวลาเร่งรีบ	4.13	0.75	มาก
4. ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคได้เช่นผู้บริโภคไม่ออกไปจับจ่ายใช้สอยนอกบ้านหันมาเลือกใช้บริการเดลิเวอรี่	4.14	0.87	มาก
5. ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพื่อรับสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับตัวเอง	4.12	0.82	มาก

รูปแบบการดำเนินชีวิต	Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
6. ค่านิยมและกระแสนิยมใหม่ๆทำให้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ	4.12	0.85	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ จำแนกรายด้าน ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ รูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP) รูปแบบการด้านดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC) และรูปแบบการด้านความสนใจ (IN) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13, 3.98 และ 3.91 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

ตารางที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจ ส่งอาหารออนไลน์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	Mean	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
1. สามารถเลือกซื้ออาหารที่ตรงกับความต้องการ	4.09	0.73	มาก
2. มีการหาข้อมูล เพื่อนำมาเปรียบเทียบเพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.01	0.78	มาก
3. ทำความเข้าใจการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละราย อย่างรอบคอบ	4.03	0.75	มาก
4. เพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ไม่ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้าน	4.08	0.75	มาก
5. การตัดสินใจมีผลมาจาก สิ่งกระตุ้นทางการตลาด	3.94	0.79	มาก
6. ประทับใจการบริการธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารและต้องการที่จะใช้บริการต่อไป	4.04	0.76	มาก
7. การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์	4.03	0.64	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจ ส่งอาหารออนไลน์ จำแนกรายด้าน ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากคือ สามารถเลือกซื้ออาหารที่ตรงกับความต้องการ เพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ไม่ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้าน ประทับใจการบริการธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารและต้องการที่จะใช้บริการต่อไป การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ทำความเข้าใจการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละราย อย่างรอบคอบ มีการหาข้อมูล เพื่อนำมาเปรียบเทียบเพื่อประกอบการ

ตัดสินใจ และการตัดสินใจมีผลมาจาก สิ่งกระตุ้นทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 4.10, 4.03, 4.03, 4.02, 4.00 และ 3.93 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจ ส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่

ตารางที่ 4 การทดสอบค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

ตัวแปร	Mean	S.D.	Tolerance	VIF
การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ (MD)	4.03	0.64	-	-
รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC)	3.98	0.62	0.43	2.33
รูปแบบการด้านความสนใจ (IN)	3.91	0.73	0.38	2.60
รูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP)	4.13	0.75	0.45	2.20

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรมีค่าไม่ใกล้ 0 และค่าสถิติ VIF ของตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัว ดังนั้น สรุปได้ว่า ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นตัวแปรที่อิสระต่อกัน ถือว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 5 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ด้านลูกค้า

Pearson Correlation	CM	AC	IN	OP
การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ (MD)	-	.550*	.626*	.672*
รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC)	.550*	-	.725*	.663*
รูปแบบการด้านความสนใจ (IN)	.626*	.725*	-	.706*
รูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP)	.672*	.663*	.706*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ 3 ด้าน ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีรูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP) มีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา รูปแบบการด้านความสนใจ (IN) และรูปแบบการด้านดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์รูปแบบการดำเนินชีวิต ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ(MD)	
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	Sig.
ค่าคงที่ (a)	1.298	.000*
รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC)	.064	.255
รูปแบบการด้านความสนใจ (IN)	.237	.000*
รูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP)	.376	.000*
Enter: R=7.07 / R ² =.500 / SE _{est} =.45181 / F=131.854		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ รูปแบบการด้านความสนใจ (IN) และรูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP) มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายถึงอิทธิพลตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 70.7 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Enter

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์งานวิจัยได้ดังนี้ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้บริการบริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี สถานะภาพ โสด มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว มีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 1-3 คน และส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์จากแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด (GRAB FOOD) วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ จำแนกรายด้าน ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่รูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP) รูปแบบการด้านดำเนินชีวิตกิจวัตร (AC) และรูปแบบการด้านความสนใจ (IN) ตามลำดับ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจ ส่งอาหารออนไลน์ พบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจ ส่งอาหารออนไลน์ จำแนกรายด้าน ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ มีมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ สามารถเลือกซื้ออาหารที่ตรงกับความต้องการ เพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ไม่ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้าน ประทับใจการบริการธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารและต้องการที่จะใช้บริการต่อไป การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ทำความเข้าใจการให้บริการของผู้ให้บริการ

แต่ละราย อย่างรอบคอบ มีการหาข้อมูล เพื่อนำมาเปรียบเทียบเพื่อประกอบการตัดสินใจ และการตัดสินใจมีผลมาจาก สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ตามลำดับ และวัตถุประสงค์ ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคมความปกติใหม่ พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ รูปแบบการด้านความสนใจ (IN) และรูปแบบการด้านความคิดเห็น (OP) มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวกร อมรมิมีต (2560) การศึกษาการทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหาร แบบบริการถึงบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle Marketing) ด้านกิจกรรม (Activities) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารแบบบริการถึง บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคในแต่ละคนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไป กิจกรรมใน แต่ละวันของแต่ละบุคคลจะ มีความแตกต่างกัน จึงทำให้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารไม่ตอบโจทย์กับผู้บริโภค กลุ่มนี้ เช่น ผู้บริโภคบางกลุ่มชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน ผู้บริโภคบางกลุ่มชอบรับประทาน อาหารที่ไม่มีบริการเดลิเวอรี่ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

แนวทางในการปรับตัวของผู้ประกอบการบริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ สามารถนำ ผลการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ในยุคสังคม ความปกติใหม่ ไปใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการตลาด ประกอบการตัดสินใจ และวาง กลยุทธ์ต่าง ๆ การนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนา ผลิตภัณฑ์ โปรโมชัน ที่ตอบสนองกับความต้องการ ของผู้บริโภคมากขึ้น โดยพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน ความสนใจ (Interests) ของ ผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ เนื่องจากผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ให้ความสนใจ เรื่องที่กำลังเป็นกระแสนิยมเรื่องการสั่งอาหารออนไลน์และชอบทดลองใช้แอปพลิเคชันใหม่ ๆ โดยเห็นความสำคัญของการปรับวิถีชีวิตให้ตามกระแสความเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสนใจ เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่นนวัตกรรมทางมือถือ แล็บท็อป เป็นต้น อยู่เสมอ ในส่วนของรูปแบบการ ดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นข้อมูลทางด้าน ความคิดเห็น (Opinions) ของผู้ใช้บริการธุรกิจส่ง อาหารออนไลน์ เนื่องจากผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์มีความคิดเห็นว่าธุรกิจเดลิเวอรี่ อาหารสามารถอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน การใช้บริการบริการธุรกิจเดลิเวอรี่อาหาร สามารถติดต่อหรือสั่งอาหารอย่างง่าย ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารสามารถช่วยแก้ปัญหาในเวลาเร่งรีบ และธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคได้เช่นผู้บริโภคไม่ออกไป จับบ่ายใช้สอยนอกบ้านหันมาเลือกใช้บริการเดลิเวอรี่ จากข้อมูลเบื้องต้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการ ธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ เพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขาย สร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ อาหาร ควบคู่กับธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ ให้สอดคล้องกับรูปแบบและวิถีชีวิตของผู้บริโภคใน ปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป 1. ควรทำการศึกษาผู้ใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์จากสถานที่หรือกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน เนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ศึกษากลุ่มประชากร แบบไม่จำกัดสถานที่ของผู้ใช้บริการและกลุ่มอาชีพ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไปให้เลือกกลุ่มตัวอย่างแยกเป็นสถานที่ในตัวเมืองของจังหวัดขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ หรือกลุ่มอาชีพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์เพื่อข้อมูลจะเป็นประโยชน์กับผู้นำไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ 2. ควรเปรียบเทียบปัจจัยที่เป็นตัวแปรอื่นกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ เพื่อใช้ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของผู้ให้บริการธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ขจร อมรนิมิต. (2560). การศึกษาการทำตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารแบบบริการถึงบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ทงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะและคณะ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19: การงานการเรียนรู้และธุรกิจ. *Journal of Local Governance and Innovation*, 4(3), 371-386.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2563). ความปกติรูปแบบใหม่หรือวิถีชีวิตปกติแบบใหม่ภายหลังโรคอุบัติใหม่โควิด-19: ธุรกิจออนไลน์ธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจร้านอาหารกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ไทย. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(1), 246-274.
- ธีระพงษ์ ทศวัฒน์ และ ปิยะกมล มหิวรรณ. (2563). การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางสังคมของประชาชนและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *Journal of MCU Nakhondhat*, 7(9), 40-55.
- ศิริทิพย์ กุลจิตรตรี และสุภัทรรศักดิ์ คำสามารถ. (2563). นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรม การศึกษา และ การวิจัย*, 4(3), 217-232.
- ศุภสิริ สร้อยทองพงศ์. (2564). ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาด กับกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจสั่งอาหารจากร้านอาหารผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารเดลิเวอรี่ ช่วงโควิด-19 จังหวัด พิษณุโลก. *Journal of MCU Social Development*, 5(3), 53-66.
- สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์. (2564). การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการด้านกีฬาในยุคการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ดิจิทัล อย่างพลิกผัน. *วารสารสหศาสตร์*, 21(1), 2-13.
- สุวัฒน์ ศักดิ์สมฤทธิ์ และจักรพงษ์ เพิ่มเมตตา (2561). ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อ มรรณนะพนักงาน บมจ. วิริยะประกันภัย ในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารศิลปการจัดการ*, 2(3), 179-188.