

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี  
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย  
Consumer Behavior in Using the Food Delivery Application  
in Mueang District, Loei Province

ฟ้ารุ่ง เหลือทรัพย์<sup>1</sup> อภิวัฒน์ สุโขยะชัย<sup>1</sup> ญาณินท์ ทองมาก<sup>2</sup>  
E-mail: Sb6240901105@lru.ac.th<sup>1</sup>, Sb6240901111@lru.ac.th<sup>1</sup>, Yanin.thon@lru.ac.th<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเลย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Cochran (1977) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ความคลาดเคลื่อน 0.1 และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) จำนวนตัวอย่าง 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Application Line Man มากที่สุด ส่วนใหญ่สั่งซื้อไปรับประทานเอง เหตุผลที่ใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี เพราะไม่มีเวลาไปซื้อ อาหารที่สั่งเป็นประจำคือ อาหารไทย ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ บ่อยที่สุด คือ 12.01 - 14.00 และสั่งทุกวัน สถานที่ที่ใช้บริการเป็นประจำคือ บ้าน ส่วนใหญ่ชำระค่าอาหารและบริการด้วยการชำระเงินปลายทาง และเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแลกส่วนลด การเก็บโค้ดส่วนลด โค้ดส่งฟรี เป็นประจำ

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ภาพรวมในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะของแอปพลิเคชัน ความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนอง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมผู้บริโภค การใช้บริการ แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี

**Abstract**

This research aimed to (1) study the behavior of consumers in Mueng Loei Sub Distric, Loei Province online food delivery service. (2) To study the level of the factors affecting the using application food delivery behavior of consumers in Mueng Loei Sub Distric, Loei Province Application Food Delivery using. This research was a quantitative research. The sample used in the research consisted of 100 people living in Mueng Loei Sub Distric, Loei Province area, select by using accidental selection sampling techniques. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation. The research found that most of the consumers used online food delivery service through the Line Man application, Cause of using application food delivery was no time to buy, Most chose Thai food, Using application food delivery, Consumer ordered Application food delivery to eat by yourself, Most order application food delivery during 11.00 am.-12.00 am, Place to using application food delivery at home, Most of the people pay for the product or service by destination payment and most participated in marketing activities such promotion, point collection.

The factors affecting of the using application food delivery behavior of consumers in Mueng Loei Sub Distric, Loei Province online food delivery service. Overall were at a high level affect to application food delivery using behavior.

**Keywords:** consumer behavior, service use, food delivery application

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย  
<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

## ความเป็นมาของปัญหา

จากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั่วโลกและมีการเพิ่มขึ้นของผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่อง ทำให้ทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตประจำวันเพื่อลดโอกาสในการติดเชื้อเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น มาตรการล็อกดาวน์ สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยก่อนออกจากบ้าน ทำงานออนไลน์ Work from home เรียนออนไลน์ อาคารสถานที่ตั้งจุดคัดกรอง ร้านอาหารนั่งแยกโต๊ะหรือซื้อกลับบ้าน

สำหรับในประเทศไทย เริ่มมีการตรวจพบผู้ติดเชื้อครั้งแรก วันที่ 13 มกราคม 2563 จนถึงปัจจุบัน (จิปารณ ศรีแจ่ม, 2563) รัฐบาลได้มีการออกมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เช่น มาตรการที่กำหนดให้ร้านอาหารขายอาหารได้เฉพาะส่งกลับบ้านเท่านั้น และการเว้นระยะห่างทางสังคมที่ทำให้คนต้องทำงานในรูปแบบ Work from Home และเรียนออนไลน์ในรูปแบบ Learn from Home ที่เข้ามาเป็นอัตราเร่งให้ตลาดและการแข่งขันของ Food Delivery ขยายตัวมากขึ้น จากการสำรวจข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ในครึ่งปีแรกปี 2563 มีจำนวนการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ เพิ่มขึ้นถึง 150% และคาดการณ์ว่าตลอดทั้งปีจะมีการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ 78-84% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีที่ผ่านมา (สมองไหล, 2563) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม โดยเฉพาะการใช้ชีวิตประจำวันที่ต้องใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่างๆ มากขึ้น นอกจากนี้ จากการสำรวจของ กรู๊ปเอ็ม (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทบริหารจัดการการลงทุนสื่อชั้นนำของโลกในเครือดับบลิวพีพี (WPP) พบว่า การระบาดของไวรัสทำให้เกิดความกังวลอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน จากเดิมที่เคยใช้โซเชียลเพื่อความบันเทิงเปลี่ยนไปเพื่อการค้นหาข้อมูลและติดตามข่าวสารมากขึ้น และยังพบว่าสื่อออนไลน์ในรูปแบบแพลตฟอร์มต่างๆ สามารถเป็นแหล่งรายได้ใหม่ ที่อาจเป็นรายได้หลักได้อีกด้วย

จากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคมข้างต้น ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย ทำให้ธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ ขยายพื้นที่ให้บริการและเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ในแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในแต่ละแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละคนที่ต่างกันออกไป จากการแข่งขันของธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ ข้างต้น ทำให้แต่ละธุรกิจสร้างความน่าสนใจ ความน่าเชื่อถือและรูปแบบของการให้บริการ เพื่อเป็นการเพิ่มในการสร้างรายได้ของร้านอาหาร รวมถึงขยายฐานลูกค้ามีส่วนช่วยเพิ่มขึ้น และช่วยการกระจายรายได้ให้กับธุรกิจในช่วงโควิด และยังสามารถเพิ่มการแข่งขันของตนเองให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น จังหวัดเลยก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การให้บริการออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ มีเฉพาะรูปแบบที่ไม่มีแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน ผู้ให้บริการออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ ในพื้นที่ส่วนใหญ่ร้านอาหารพาสต์ฟู้ด และร้านอาหารที่ให้บริการส่งถึงบ้านโดยพนักงานหรือเจ้าของร้านเอง ซึ่งจะมียกจำกัดในการให้บริการในเรื่องระยะทางและสถานที่ หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จังหวัดเลยจึงได้รับผลกระทบต่อธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการ รวมถึงการให้บริการร้านอาหาร ผลกระทบดังกล่าวทำให้มีการเริ่มต้นและขยายตัวอย่างรวดเร็วในการให้บริการออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ ในพื้นที่จังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจเบื้องต้นธุรกิจที่ให้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่จากร้านอาหารในพื้นที่จังหวัดเลย และผู้ที่เคยใช้บริการออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ พบว่า ธุรกิจออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่แข่งขันกันในตลาดในพื้นที่จังหวัดเลยประกอบด้วย ได้แก่ LINE MAN, Food Panda, Run Delivery และ ANT Delivery เป็นต้น ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านี้จะมีลักษณะการใช้งานคล้ายกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในด้านค่าบริการ วิธีการชำระเงิน วิธีการสมัคร เมนูการใช้งาน พื้นที่การให้บริการ และเวลาการใช้บริการและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ดังนั้น การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการสร้างความประทับใจในการให้บริการของออนไลน์ฟู้ดเดลิเวอรี่ ในแต่ละแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการของตนในครั้งต่อไป และสามารถขยายจำนวนผู้ใช้บริการจากการบอกต่อของผู้บริโภคที่ใช้บริการได้

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านอุปสงค์และการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลยเพื่อทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลยและเพื่อทราบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเลย และผู้ประกอบการธุรกิจอาหารที่ใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ของผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย และพัฒนาให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเลย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย งานวิจัยเชิงปริมาณทางด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งนำเสนอในรูปแบบของตาราง
2. ประชากรและกลุ่ม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย จำนวน 100 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Cochran (1977) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ความคลาดเคลื่อน 0.1 และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เพื่อให้ได้จำนวนตามที่คำนวณไว้ข้างต้นคือ 100 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปกติ (Manual) และแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ซึ่งได้มีการศึกษาจากตำรา วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการสร้างเครื่องมือ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้
  - 3.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำรา วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้อง และชัดเจนเหมาะสมทั้งเนื้อหาสาระและการใช้ภาษา
  - 3.2 จัดทำเป็นแบบสอบถาม จากนั้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบ หรือปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่มีความตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของคำถาม
  - 3.3 นำร่างแบบสอบถามผ่านการตรวจแก้ของผู้ทรงคุณวุฒิ มาวิเคราะห์หาค่าดัชนี ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ก่อนจัดพิมพ์ และนำเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.7 มีค่าเกินกว่า 0.5 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้
  - 3.4 การเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการกำหนดวัน เวลา เพื่อแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) และดำเนินการแจกแบบสอบถาม ตามวัน เวลาและสถานที่ที่กำหนดนัดไว้จนครบตามจำนวนที่ต้องการ 100 คน
  - 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
    - 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Application Food Delivery ผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเลย โดยใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
    - 3.5.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Application Food Delivery ผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเลย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) S.D.

### ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติพื้นฐานค่าความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ตำบลที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเลย อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกอาศัยอยู่ร่วมกัน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศหญิง	79	79
อายุ 20-24 ปี	44	44
สถานภาพโสด	88	88
อาศัยอยู่ในตำบลเมือง	37	37
อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	52	52
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท	31	31
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	79	79
จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 2-4 คน	58	58

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 78 มีอายุ 20-24 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 สถานภาพโสด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 88 อาศัยอยู่ในตำบลเมือง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 79 และมีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 2-4 คน จำนวน 58 คิดเป็นร้อยละ 58

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่เลือกใช้ ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเพื่อใคร เหตุผลที่ท่านใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ประเภทอาหารที่ท่านเลือกสั่งเป็นประจำ ช่วงเวลาในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ บ่อยที่สุด ช่วงวันที่ใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ บ่อยที่สุด สถานที่ในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ใน 1 สัปดาห์ ค่าอาหารและบริการต่อครั้งโดยเฉลี่ย วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการ และการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางการตลาด ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้ แสดงดังตารางที่ 2

### ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่เลือกใช้

แอปพลิเคชัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Food Panda	57	37.3
Ant Delivery	9	5.9
LINE MAN	78	51.0
Run Delivery	9	5.9

จากตารางที่ 2 พบว่า แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุดคือ LINE MAN จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา คือ Food Panda จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และใช้บริการน้อยที่สุดคือ Ant Delivery จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และ Run Delivery จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

### ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ให้

บุคคลที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันให้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สั่งให้คนในครอบครัว	6	6.0
สั่งรับประทานเอง	94	94

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมารับประทานเอง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 94 และ สั่งให้คนในครอบครัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

### ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไปรษณีย์ขนส่ง	27	13.8
ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ไม่ยุ่งยาก	30	15.4
ไม่มีเวลาไปซื้อสินค้าเอง	77	39.5
มีสินค้าและบริการที่ต้องการ	25	12.8
ราคาเหมาะสมและจับต้องได้	13	6.7
ระยะเวลาในการให้บริการที่รวดเร็ว	21	10.8
อื่นๆ (โปรดระบุ)	2	1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ส่วนใหญ่มีเหตุผลเนื่องจากไม่มีเวลาไปซื้อเอง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันไม่ยุ่งยาก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และเหตุผลอื่นๆ น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

**ตารางที่ 5** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สตรีทฟู้ด	33	33
อาหารไทย	52	52
อาหารนานาชาติ	4	4
อาหารเพื่อสุขภาพ	2	2
เครื่องดื่ม	5	5
อาหารว่าง (ขนม เบเกอรี่)	2	2
อื่นๆ (โปรดระบุ)	2	2

ประเภทอาหารส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกสั่งมาเป็นประจำคือ อาหารไทย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ สตรีทฟู้ด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และสั่งอาหารว่าง (ขนม เบเกอรี่) อาหารเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ ได้แก่ อาหารตามสั่ง น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

**ตารางที่ 6** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ บ่อยที่สุด

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.00-10.00 น.	3	33.0
10.01-12.00 น.	26	52.0
12.01-14.00 น.	32	4.0
14.01-16.00 น.	9	2.0
16.01-18.00 น.	12	2.0
18.01-20.00 น.	18	2.0

ส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ บ่อยที่สุด คือ 12.01-14.00 น. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 10.01-12.00 น. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และใช้บริการช่วงเวลา 08.00-10.00 น. น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

**ตารางที่ 7** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันการให้บริการบ่อยที่สุด

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์	10	10.0
วันอังคาร	6	6.0
วันพุธ	6	6.0
วันพฤหัสบดี	6	6.0
วันศุกร์	3	3.0
วันเสาร์	18	18.0
วันอาทิตย์	11	11.0
ทุกวัน	40	40.0

ส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ทุกวัน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ วันเสาร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และใช้บริการวันศุกร์ น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

**ตารางที่ 8** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการส่วนใหญ่

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน	41	41.0
หอพัก/บ้านเช่า	39	39.0
ที่ทำงาน	20	20.0

ส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่บ้าน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ หอพัก/บ้านเช่า จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และที่ทำงาน น้อยที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

**ตารางที่ 9** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	64	64.0
4-6 ครั้ง	22	22.0
มากกว่า 6 ครั้ง	14	14.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และมากกว่า 6 ครั้ง น้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

**ตารางที่ 10** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าอาหารและบริการเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าอาหารและบริการเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100	18	18.0
101-200	46	46.0
201-300	22	22.0
301-400	8	8.0
401-500	4	4.0
501-600	2	2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ชำระค่าอาหารและบริการเฉลี่ยต่อครั้งเท่ากับ 101-200 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ 201-300 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 501-600 น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

**ตารางที่ 11** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บัตรเครดิต	6	18.0
โอนผ่านบัญชีธนาคาร	31	46.0
ชำระเงินปลายทาง	63	22.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ชำระค่าอาหารและบริการด้วยการชำระเงินปลายทาง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ โอนผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ ชำระผ่านบัตรเครดิต น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

**ตารางที่ 12** จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด

การเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เข้าร่วม	63	63.0
ไม่เข้าร่วม	37	37.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแลกส่วนลด การเก็บโค้ดส่วนลด โค้ดส่งจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และไม่เข้าร่วม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย**

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย รายด้าน ได้แก่ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ และด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนองลูกค้าของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่

**ตารางที่ 13** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D. Deviation	ระดับความสำคัญ
ด้านส่วนประสมทางการตลาด	4.20	0.533	มาก
ด้านลักษณะของของ Application Food Delivery	4.23	0.633	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.33	0.586	มาก
ด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนองลูกค้า	4.20	0.830	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Application Food Delivery ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ทุกด้านในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.533) ด้านลักษณะของของ Application Food Delivery มีค่าเฉลี่ย 4.23 (S.D. = 0.633) ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.33 (S.D. = 0.586) และด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 (S.D. = 0.830)

**ตารางที่ 14** ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D. Deviation	ระดับความสำคัญ
1. ความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ฟู้ด เดลิเวอรี่	4.36	0.704	มาก
2. ความหลากหลายของสินค้า	4.44	0.641	มาก
3. ความครบถ้วนของข้อมูล	4.41	0.621	มาก
4. ราคาอาหารที่เปรียบเทียบกับคำสั่งซื้อโดยช่องทางอื่น	4.20	0.817	มาก
5. ความเหมาะสมของราคาอาหารและค่าบริการจัดส่ง	4.06	0.814	มาก
6. สามารถยกเลิกสินค้าได้ก่อนยืนยันคำสั่งซื้อสินค้า	3.91	0.911	มาก
7. ความคุ้มค่าของราคากับคุณสมบัติของสินค้า	4.05	0.757	มาก
8. แอปพลิเคชัน ฟู้ด เดลิเวอรี่ จัดจาง่าย	4.14	0.804	มาก
9. สถานที่ให้บริการจัดส่งครอบคลุมหลายพื้นที่	4.16	0.788	มาก
10. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.24	0.712	มาก
11. มีช่วงเวลาในการให้บริการที่มีความเหมาะสม	4.22	0.786	มาก
12. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ	4.26	0.691	มาก
13. มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมกับทางร้านอาหารจำนวนมาก	4.15	0.744	มาก
14. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลส่งเสริมทางการตลาดในช่องทางต่างๆ	4.22	0.746	มาก
15. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการและอาหาร	4.16	0.775	มาก

จากตารางที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดทุกข้อในระดับมาก โดยความหลากหลายของสินค้า มีความสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.641) รองลงมาคือ ความครบถ้วนของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (S.D. = 0.621) และความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D. = 0.704) ส่วนการที่แอปพลิเคชันสามารถยกเลิกสินค้าได้ก่อนยืนยันคำสั่งซื้อสินค้ามีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.911) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะ

ของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.633)

**ตารางที่ 15** ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ด้านลักษณะของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่

ปัจจัยด้านลักษณะของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่	ค่าเฉลี่ย	S.D. Deviation	ระดับความสำคัญ
1. ความทันสมัยของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่	4.22	0.836	มาก
2. การจัดวางเมนูการใช้งาน	4.16	0.762	มาก
3. ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน	4.30	0.704	มาก
4. มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ	4.22	0.760	มาก
5. รูปแบบการใช้งานที่น่าสนใจและดึงดูดกลุ่มลูกค้า	4.25	0.730	มาก

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านลักษณะของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ทุกข้อในระดับมาก โดยความง่ายและสะดวกในการใช้งาน มีความสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.704) รองลงมาคือ รูปแบบการใช้งานที่น่าสนใจและดึงดูดกลุ่มลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.730) และความทันสมัยของแอปพลิเคชัน ฟู้ด เดลิเวอรี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.760) และมีแอปพลิเคชันมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ส่วนการจัดวางเมนูการใช้งานมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D. = 0.762) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D. = 0.586)

**ตารางที่ 16** ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่	ค่าเฉลี่ย	S.D. Deviation	ระดับความสำคัญ
1. ความถูกต้องของการบันทึกรายการอาหาร	4.32	0.649	มาก
2. ความรวดเร็วในการจัดส่ง	4.30	0.718	มาก
3. มีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าได้อย่างปลอดภัย	4.38	0.708	มาก

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ทุกข้อในระดับมาก โดยการที่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ มีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าได้อย่างปลอดภัย มีความสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (S.D. = 0.708) รองลงมาคือ ความถูกต้องของการบันทึกรายการอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D. = 0.649) ส่วนความรวดเร็วในการจัดส่งมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.760) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านด้านการให้ข้อมูลแก้ปัญหา และการตอบสนองลูกค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.830)

**ตารางที่ 17** ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ด้านการให้ข้อมูล/การแก้ปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า

ปัจจัยด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหาและการตอบสนองลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	S.D. Deviation	ระดับความสำคัญ
1. ความรวดเร็วของขั้นตอนการสมัครใช้งาน	4.22	0.773	มาก
2. ความรวดเร็วของการเข้า/ออกจากระบบ	4.14	0.817	มาก
3. ความรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่ในกรณีที่มีปัญหา	4.21	0.743	มาก
4. การรับฟังปัญหาต่างๆ ของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ฟู้ด เดลิเวอรี่ และแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว	4.23	0.790	มาก



จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนองลูกค้า ทุกข้อในระดับมาก โดยการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีมีการรับฟังปัญหาต่างๆ และแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว มีความสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.790) รองลงมาคือ ความรวดเร็วของขั้นตอนการสมัครใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.773) และความรวดเร็วในการติดต่อเจ้าหน้าที่ในกรณีที่พบปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.773) ส่วนความรวดเร็วของการเข้า/ออกจากระบบมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.817)

## อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Application Food Delivery ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการ Application Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man เพื่อรับประทานเอง เหตุผลเพราะไม่มีเวลาไปซื้อ ประเภทอาหารที่สั่งซื้อมาคือ อาหารไทย และส่วนใหญ่ใช้บริการ Application Food Delivery ในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ใช้บริการทุกวัน แต่โดยเฉลี่ยต่อใช้บริการ 1-3 ต่อสัปดาห์ โดยใช้บริการที่บ้าน ค่าอาหารและบริการที่ชำระเฉลี่ย 101-200 บาทต่อครั้ง โดยชำระเงินปลายทาง และส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด เช่น ผู้การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแลกส่วนลด การเก็บโค้ดส่วนลด โค้ดส่งฟรี บริโภคส่วนใหญ่สั่ง Online Food จากพฤติกรรมดังกล่าว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารควรสมัครใช้บริการ Application Food Delivery ผ่าน แอปพลิเคชัน LINE MAN เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทย และควรร่วมกิจกรรมทางการตลาดกับผู้ใช้บริการ Application Food Delivery อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงผู้ที่มีแผนที่จะทำธุรกิจร้านอาหารสามารถนำข้อมูลข้างต้นไปใช้ในการประกอบการวางแผนธุรกิจได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Online Food Delivery ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการ Online Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man เลือกอาหาร สถานที่ให้จัดส่งสินค้าเป็นที่บ้าน/ที่พัก ผู้บริโภคส่วนใหญ่สั่ง Online Food Delivery เพื่อรับประทานเอง และในระยะเวลา 1 อาทิตย์ ใช้บริการ Online Food Delivery 1-3 ครั้ง และผู้บริโภคส่วนใหญ่ชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการด้วยการชำระเงินปลายทาง และยังคงสอดคล้องกับ ธนรัตน์ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านเว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่สั่งอาหารเดลิเวอรีผ่านเว็บไซต์เพื่อรับประทานเอง จำนวนผู้ร่วมบริโภคต่อครั้ง 3-4 คน และชำระเงินแบบเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า ภาพรวมระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นเดียวกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี และด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหาและการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งมีระดับความสำคัญเฉลี่ยเท่ากัน จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของ แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ถือเป็นปัจจัยที่จูงใจหรือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในการบริโภคปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่ง ศิริวรรณ และคณะ (2534) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค ด้านจิตวิทยาในส่วนการจูงใจ (Motivation) ว่าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการและพฤติกรรมต่างๆ และสอดคล้องกับ Abraham Maslow (1970) ได้ให้ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ซึ่งสร้างทฤษฎีแรงจูงใจโดยการสร้าง The Pyramid of Needs โดยกล่าวไว้ว่า มนุษย์เรามีพฤติกรรมที่เกิดจากความจำเป็นที่จะต้อง มี Needs ตามลำดับ 5 ขั้นตอนดังนี้ คือ ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการทางสังคม หรือความต้องการการยอมรับและความรัก (Social Needs) ความต้องการการนับถือ (Esteem Needs) และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) หากพิจารณาข้อย่อยในแต่ละด้านพบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ภาพรวมมีความสำคัญในการส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า ทุกข้อมีความสำคัญในการส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดย ปัจจัยการมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าได้อย่างปลอดภัย มีค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยสูงสุด และความถูกต้องในการบันทึกรายการ มีค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านลักษณะของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ภาพรวมมีความสำคัญในการส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อย่อย พบว่า ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน มีความสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี มากที่สุด และการจัดวางเมนูการใช้งานมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี น้อยที่สุด

ด้านส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมมีความสำคัญในการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ Application Food Delivery อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ความหลากหลายของสินค้า มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้บริการ Application Food Delivery มากที่สุด และการที่แอปพลิเคชันสามารถยกเลิกสินค้าได้ก่อนยืนยันคำสั่งซื้อสินค้ามีความสำคัญต่อพฤติกรรมใช้บริการ Application Food Delivery น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ธนพร (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ Online Food Delivery ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าสินค้าในการให้บริการ Online Food Delivery มีความหลากหลายส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ Online Food Delivery มากที่สุด

ด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหาและการตอบสนองลูกค้า ภาพรวมมีความสำคัญในการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า การที่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี มีการรับฟังปัญหาต่างๆ และแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว มีความสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี มากที่สุด และความรวดเร็วของการเข้า/ออกจากระบบมีความสำคัญต่อพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี น้อยที่สุด

### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ของผู้บริโภคที่ใช้บริการ แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี สรุปผลการวิจัยได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน Line Man มากที่สุด ส่วนใหญ่สั่งซื้อไปรับประทานเอง เหตุผลที่ใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี เพราะไม่มีเวลาไปซื้อ อาหารที่สั่งเป็นประจำคือ อาหารไทย ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ บ่อยที่สุด คือ 12.01 - 14.00 และสั่งทุกวัน สถานที่ที่ใช้บริการเป็นประจำคือ บ้าน ส่วนใหญ่ชำระค่าอาหารและบริการด้วยการชำระเงินปลายทาง และเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแลกส่วนลด การเก็บโค้ดส่วนลด โค้ดส่งฟรี เป็นประจำ

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ภาพรวมในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะของแอปพลิเคชัน ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนอง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านความน่าเชื่อถือมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านลักษณะของแอปพลิเคชัน ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านการให้ข้อมูล แก้ปัญหา และการตอบสนอง ตามลำดับ

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถนำผลดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจใช้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการ และการปรับปรุงการให้บริการของผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี โดยเน้นให้บริการตามลักษณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการ เช่น การจัดจำนวนผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ตามช่วงเวลาที่มีการใช้บริการจำนวนมาก หากมีแผนที่จะประกอบธุรกิจร้านอาหารและใช้บริการควรเป็นอาหารประเภทใด และผู้ประกอบการร้านอาหารควรเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตามแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี เพิ่มจูงใจให้ผู้บริโภคสั่งอาหารร้านของตน และผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี การสร้างความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย โดยเฉพาะการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ให้เกิดการรับรู้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นประจำ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการใช้บริการ และให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงขยายระยะเวลาให้บริการ เช่น 24 ชั่วโมง เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการนอกเหนือจากเวลาที่กำหนด

2. จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย หากต้องการเพิ่มจำนวนการให้บริการของผู้บริโภคผู้ให้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ควรมีสินค้าให้เลือกในแอปพลิเคชันที่หลากหลาย พัฒนาแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ให้ใช้งานได้ง่ายและสะดวก ที่สำคัญต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการบริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ด้วยการมีระบบการรักษาข้อมูลของลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ ในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่

### เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ ศรีแจ่ม. (25 มีนาคม 2563). **วันที่ไทยรู้จัก COVID-19**. ข่าวไทยพีบีเอส. เข้าถึงจาก <<https://1th.me/7Ks8l>> (สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564)
- ธนพร สุขทรัพย์ (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Online Food Delivery ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**.  
ธนรัตน์ ศรีสำอางค์. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่าน เว็บไซต์**. การศึกษาค้นคว้า อีสรประปัญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ**. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- สมองไหล. (4 เมษายน 2563). **Food Delivery" ธุรกิจที่เข้ามาเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คน**. Blockdit. เข้าถึงได้จาก <<https://1th.me/14iA1>> (สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564)
- Maslow, Abraham H.(1970). **Motivation and Personality**. New York: Harpers and Row.