

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหาร
ผ่านไลน์แมนในจังหวัดสมุทรสาคร
The Satisfaction for food delivery of using LINE MAN application
in Samut Sakhon Province

สุจิตา แก้วจรัส
สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sutita Kaewjars
E – mail: k.newwa@gmail.com Marketing, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand
Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยจำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามเป็นชุดคำตอบ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน หลังจากรวบรวมข้อมูลได้แล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์วิธีสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทำการทดสอบสำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติแบบทดสอบ t-test สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานคือ ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มี เพศ อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ไม่ต่างกัน สำหรับผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มี อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหาร, LINE MAN

Abstract

The objectives of this study were 1) to study customer satisfaction of using LINE MAN application in Samut Sakhon Province. 2) to study customer satisfaction of using LINE MAN application in Samut Sakhon Province categorized by population factors.

The sample group was 400 people of consumers in Samut Sakhon. who consumed LINE MAN application user in area of Samut Sakhon. The questionnaire were used to be a tool for collecting data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test) One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different.

The result of hypotheses testing showed that population factors include gender, marital status, occupation and personal income were different making the satisfaction of using LINE MAN application not different. Moreover, population factor include age and education was different making the satisfaction of using LINE MAN application was different.

Keywords: The Satisfaction for food delivery, LINE MAN

บทนำ

โทรศัพท์มือถือถือเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่เข้ามามีบทบาทและสร้างผลกระทบต่อ การดำรงชีวิต และการติดต่อสื่อสาร นอกจากสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้ใช้เองก็มี กิจกรรมเพิ่มขึ้นจากการใช้งานโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ แบบสมาร์ตโฟน (Smart Phone) ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ แบบสมาร์ตโฟน (Smart Phone) มีแนวโน้มใน การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อตอบสนองกิจกรรมใน ชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อสื่อสาร ทำธุรกรรม ทางการเงิน เชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือแม้แต่การเล่น เกมส์

ในปัจจุบันไลน์แมน (LINE MAN) แอปพลิเคชันสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ที่ครอบคลุมไลฟ์สไตล์รอบด้าน พบว่ามียอดลูกค้าที่ใช้บริการมากกว่า 1.5 ล้านต่อเดือน ผ่าน 4 บริการหลัก สั่งซื้ออาหาร, บริการรับ-ส่งสิ่งของ, บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านร้านสะดวกซื้อ และจะมีบริการใหม่ คือ การรับส่ง สิ่งของผ่านไปรษณีย์

ในช่วงกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 คนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในสมาร์ตโฟนมากถึง 69 ล้านคน มี ผู้ใช้ LINE จำนวนถึง 45 ล้านบัญชี และใช้เวลาด้วยเฉลี่ยที่สุดต่อวัน โดยเฉลี่ยประมาณ 63 นาที เทียบกับ เวลาที่คนไทยใช้เวลาบน สมาร์ตโฟน ทั้งหมดที่ 216 นาทีต่อวัน แสดงให้เห็นพฤติกรรมการใช้งาน ตลอดจน

การบริโภคการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารของคนส่วนใหญ่ถูกย้ายมาใช้งานบนสมาร์ตโฟนเป็นหลัก ธุรกิจ หรือ บริการที่ต้องการที่จะเติบโตได้ จึงต้องอิงอยู่กับการใช้งาน หรือเข้าถึงบริการผ่านสมาร์ตโฟน

จากพฤติกรรมของคนไทยที่มีภาวะความเร่งรีบและข้อจำกัดด้านเวลาที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน อาจจะส่งผลทำให้ไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากสถานที่ ร้านค้า ห้างร้าน คนไทยมีแนวโน้ม 2 เลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร (Delivery) เพิ่มมากขึ้น เพราะทุกคนต้องกินข้าวทุกวัน แต่เดิมการบริการจัดส่งอาหาร มีเฉพาะเชนร้านอาหาร (Food Chain) ที่มีบริการนี้ เช่น Pizza Company และ KFC ซึ่งเป็นธุรกิจฟาสต์ฟู้ด และมีการให้บริการส่งถึงบ้าน (Home Delivery) ซึ่งเป็นบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคได้เป็นอย่างดีและ เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย

ปัจจุบัน ธุรกิจต่าง ๆ จึงเริ่มมีการปรับตัวตาม โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และ ธุรกิจสั่งซื้ออาหารออนไลน์ (Online Food Delivery) แต่ถึงแม้มีสมาร์ตโฟนจะมีบทบาทใน ชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้น แต่กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซและธุรกิจบริการ สั่งซื้ออาหารออนไลน์ส่วนใหญ่ ยังคงดำเนินธุรกิจอยู่บนโลกออฟไลน์เป็นหลัก โดยเมื่อเทียบสัดส่วนแล้วกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพียงร้อยละ 3.8 ของกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ของไทย และธุรกิจบริการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ (Online Food Delivery) มีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 4.9 ของตลาดธุรกิจร้านอาหารทั้งหมดในประเทศไทย โอกาสทางการตลาดจึงมีอีกมากของ ธุรกิจแบบออนไลน์ (Online) ไป ออฟไลน์ (Offline) หรือ O2O โดยช่องทางออนไลน์มาช่วยแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านเวลา และงบประมาณ รวมถึงอำนวยความสะดวก และสร้างทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าและบริการในชีวิตประจำวันได้อย่างครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นด้านร้านอาหาร การค้า สินค้าอุปโภคบริโภค การรับ-ส่งสินค้า การเดินทางและการท่องเที่ยว ซึ่งในปี.ศ. 2017 มีแอปพลิเคชันในรูปแบบ O2O เปิดให้บริการมากกว่า 40 แอปจากที่มีจำนวนไม่ถึง 5 แอปในปี.ศ. 2012 ซึ่ง นับเป็นจุดกำเนิดของไลน์แมนในประเทศไทย ไลน์แมนเป็นเสมือนผู้ช่วยส่วนตัวในชีวิตประจำวัน ของคนทั่วไป ที่ต้องการเข้าถึงสินค้า และบริการต่างๆ แต่ติดปัญหาเรื่องระยะทางที่ไม่เอื้ออำนวย โดยปัจจัยหลักที่ทำให้ไลน์แมนได้รับการตอบรับอย่างดี เพราะสามารถใช้งานได้ง่ายด้วยการเข้าผ่าน ทางไลน์ไอดี (LINE ID) ได้ทันที รวมทั้งยังสามารถตรวจสอบสถานะการให้บริการแบบทันทีได้ ทันใดได้ และสามารถรีวิวร้านอาหารยอดนิยมอันดับหนึ่งของประเทศไทย

LINE MAN แพลตฟอร์มบริการรูปแบบ O2O (Online to Offline) ให้บริการในไทย ด้วย 5 บริการหลัก คือ LINE MAN Food บริการส่งอาหาร, LINE MAN Parcel บริการส่งพัสดุ, LINE MAN Messenger บริการส่งด่วนในกรุงเทพฯ – ปริมณฑล 24 ชั่วโมง, LINE MAN Taxi บริการเรียกแท็กซี่, LINE MAN Convenience Goods บริการซื้อของจากร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวมทุกบริการ มีการเพิ่มขึ้นของยอดการใช้บริการ 300% และมีผู้ใช้บริการ 1.5 ล้านคนต่อเดือน ซึ่งบริการที่เติบโตดี จนถือเป็น Growth Engine คือ LINE MAN Food โต 250% และ LINE MAN Taxi โต 330% เนื่องจากบริการจัดส่งอาหาร ได้เพิ่มความหลากหลายของร้านอาหาร ความสะดวก ปัจจุบันบริการที่มีคนใช้มากที่สุด คือ สั่งอาหาร ตามมาด้วยบริการเรียกแท็กซี่, ส่งพัสดุ, แมสเซ็นเจอร์, และซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ ซึ่งแผนธุรกิจ LINE MAN วางแผนพัฒนาทั้ง 5 บริการ และเตรียมเปิดตัวบริการใหม่ – พันธมิตรธุรกิจใหม่ รวมทั้งขยายพื้นที่

ให้บริการไปยังต่างจังหวัด และเพิ่มผู้ผลิตการบริการต่างๆมากขึ้น และสร้างความต้องการจากฐานผู้ใช้งาน LINE 45 ล้านคน โดยสร้างพฤติกรรมคนที่ยังไม่เคยใช้แพลตฟอร์ม O2O ได้เริ่มทดลองใช้ และรักษฐานคนที่ใช้อยู่แล้ว ให้เกิดการใช้ต่อเนื่อง บริการสั่งอาหาร ด้วยความที่จำนวนร้านอาหารที่ให้บริการใน LINE MAN มีมาก ทำให้บางครั้งผู้บริโภคเข้ามาใช้แอปพลิเคชันแล้ว ไม่รู้จะสั่งอาหารเมนูใด ร้านไหน ดังนั้นต้องช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกได้ง่ายขึ้น วางแผนพัฒนาระบบการแนะนำอาหาร เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้บริโภคว่าจะรับประทานอาหารประเภทอะไร เมนูไหน ร้านใด ขณะเดียวกัน เน้นตอบโจทย์ความคุ้มค่าด้านต่างๆ เช่น ด้านโปรโมชั่น ด้านการเดินทาง เพราะแสดงให้เห็นว่าการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์ม LINE MAN คุ้มค่ากว่าการเดินทางไปที่ร้านอย่างไร นอกจากนี้แพลตฟอร์มบริการสั่งอาหาร

ด้วยเหตุนี้ การเติบโตของแอปพลิเคชัน LINE จึงรวดเร็วกว่าแอปพลิเคชันอื่นๆ และด้วยเหตุผลดังกล่าวจากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาว่าผู้ที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาครมีความพึงพอใจจาก LINE MAN อย่างไร เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจสั่งซื้ออาหารออนไลน์ เป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นตัวกลางในการซื้อและจัดส่งอาหารถึงมือผู้บริโภคที่คิดค่าอาหารตามจริงและคิดค่าจัดส่งตามระยะทาง ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกสั่งอาหารจากร้านที่มีอยู่ในรายการอาหารของร้าน นอกจากนี้แล้วปัจจุบันร้านอาหารต่างๆ ก็เริ่มมีการใช้ระบบการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ระบบจากผู้ให้บริการที่กล่าวไว้ข้างต้น การศึกษาบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารให้สอดคล้องกับรูปแบบและวิถีชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ย

ขอบเขตของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่ง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร ด้านปัจจัยประชากร

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบทความทางวิชาการต่าง ๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 อ้างถึงใน ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ชนะดา วีระพันธ์ (2555) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือมีความชื่นชอบ พอใจต่อการที่บุคคลอื่นกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตอบสนองความต้องการของบุคคลหนึ่งทีปรารถนา ให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคล นั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันหรือมีความพึงพอใจมากน้อย ขึ้นอยู่กับค่านิยมของแต่ละบุคคลและความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจตลอดจน สิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งอาจสามารถทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันได้ เช่น ความสะดวกสบายที่ได้รับ ความสวยงาม ความเป็นกันเอง ความภูมิใจ การยกย่อง การได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการและ ความศรัทธา เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Kotler (1997 อ้างถึงใน โสภิตา รัตนสมโชค, 2558) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ

(Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิรานันท์ แกล่งกล้า (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อ การสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการนิยมใช้แอปพลิเคชัน Lineman สั่งอาหารมากที่สุด ซึ่งนิยมสั่งมารับประทานเป็นมือเย็นและนิยมสั่งในวันศุกร์และเสาร์ อาหารที่สั่งเป็นประเภทอาหารไทย ซึ่งผู้ใช้บริการนิยมสั่งมารับประทานที่บ้านหรือคอนโดปอย์ที่สุด สำหรับผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการพอใจมากที่สุด คือ คุณลักษณะสามารถติดต่อผู้ใช้บริการได้อย่างสะดวกในกรณีที่เกิดปัญหา และคุณลักษณะจำเป็นที่ต้องมีคือ ราคาการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่เท่ากับการสั่งรับประทานที่ร้าน การใช้ดาราดังเป็น ฟรีเซ็นเตอร์และการจัดกิจกรรมแจกของรางวัลให้ลูกค้ามีส่วนร่วม

สลินาท แสงทองฉาย (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทยในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน ฟู้ดแพนด้า และไลน์แมนแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้าแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคที่มีผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารทั้ง 3 แอปพลิเคชัน จากสื่อประเภทต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีทัศนคติต่อแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารไม่แตกต่างกัน อีกทั้งผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างก็มีพฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารไม่แตกต่างกันเช่นกัน ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารมากที่สุดคือ ทัศนคติที่มีต่อแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหาร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยด้านประชากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 6 ข้อ คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ อาชีพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (Person) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งมีจำนวนคำถามทั้งหมด 27 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN เพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านลักษณะประชากร ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยจะทำการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยจะทำการวิเคราะห์ในรูปแบบของ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยด้วยประชากร ด้านเพศ จะใช้สถิติ t – test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยประชากรด้วยประชากร ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้ส่วนตัวต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครโดยภาพรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพ และด้านราคา

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประชากร สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มี เพศ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ไม่ต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มี อายุ ระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครสามารถสรุปตาม วัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครโดยภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มี ความเห็นนั้นมีการใช้งาน ที่สะดวก ไม่ซับซ้อน เข้าใช้งานง่าย และสามารถตอบสนองการใช้งานได้กับบุคคล หลายกลุ่ม ร้านค้าที่ให้บริการมีบริการหลากหลาย และมีความเสถียรในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของการวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ในกรุงเทพมหานคร ของพิ รานันท์ แกล่งกล้า (2562) พบว่าแอปพลิเคชันสั่งอาหารมีความน่าเชื่อถือและทันสมัย รูปภาพเมนูมีความ สวยงามและน่ารับประทานมีการนำเสนอรายการอาหารที่น่าสนใจ งานวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษา พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขต กรุงเทพมหานคร ของ เกศปรียา แก้วแสนเมือง (2558) สำหรับแอปพลิเคชันนี้ได้เข้ามาเป็น ช่องทางใหม่ที่สามารถเข้าถึง สะดวกต่อการใช้งาน ทั้งในด้านของการลดข้อจำกัดด้านเวลา หรือสถานที่

1.2 ด้านราคา ของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่ง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเห็น ด้านราคา ใน การใช้บริการผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ประหยัดต้นทุนทางเวลา และประหยัดค่าเดินทางในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าขนส่งคิดตามระยะทาง มีราคาถูกกว่าค่าน้ำมัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการศึกษาปัจจัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขต กรุงเทพมหานคร ของ จุไรพร พินิจชอบ (2560) พบว่าจำนวนเงินค่าบริการที่ถูกค่าจ่ายออกไปให้กับ ผู้ประกอบการขนส่งเพื่อให้ได้ซึ่งการบริการ โดยราคาพิจารณาจากระยะทางในการขนส่งสินค้า ระยะเวลาใน การจัดส่งการบริการที่ได้รับ ลูกค้าน่าจะตัดสินใจใช้บริการเมื่อคุณค่าของการบริการสูงกว่าราคา

1.3 ด้านช่องทางการให้บริการ ของผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร อยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มีความสะดวกในการดาวน์โหลดและติดตั้ง Application: LINE MAN จาก Apple Store และ Play Store สามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ใช้งาน สามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์แมนในกรุงเทพมหานคร ของ ชาริณี ลิ้มอ้อม (2562) พบว่า ประชาชนมีการรับรู้ รู้จัก แอปพลิเคชันไลน์แมนค่อนข้างดี การคุ้นเคยกับ เทคโนโลยีทำให้เข้าใจถึง แอปพลิเคชัน ได้ง่าย ประชาชนส่วนใหญ่มีความสามารถเข้าใจและสามารถนำแอปพลิเคชันไลน์แมนมา

ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ให้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบันได้และมีความสามารถเข้าใจวิธีการใช้งานของ แอปพลิเคชันไลน์แมน

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการให้ข้อมูลข่าวสาร การแนะนำวิธีการใช้งานผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ โปรโมชัน รวมทั้งสื่อโฆษณาออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ ช่วยกระตุ้นและชักจูงให้เกิดความรู้สึกอยากใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งข้อความให้กับผู้ที่เคยใช้บริการได้ทราบถึงโปรโมชันต่างๆ ของร้านค้าที่มีการเข้าร่วมโปรโมชันส่วนลดเฉพาะกับ LINE MAN เท่านั้น มีการจัดโปรโมชันส่งฟรีระยะทางไม่เกิน 3 กิโลเมตร และส่งฟรีกับร้านค้าที่ร่วมรายการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อบริการรับส่งอาหาร(Food Delivery) ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ ของ ศุภานัน วัฒนวิจิตร (2560) พบว่า แอปพลิเคชันมีช่องทางข่าวสารต่างๆในการเข้าถึงได้ง่าย มีการจัดส่งเสริมทางการตลาดทางตรง เช่น การมีส่วนลดใช้ครั้งแรก มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมากมายทั่วถึงต่อผู้ใช้บริการ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ สามารถส่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการได้โดยตรง

1.5 ด้านบุคคล ของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นเห็นว่า ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเห็นเห็นว่า พนักงานสามารถให้บริการส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งสินค้าได้อย่างถูกต้อง ให้บริการได้อย่างสุภาพ เรียบร้อย พุดจาสุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการส่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร ของ พิรานันท์ แกล่งกล้า(2562) พบว่า พนักงานอัยยาศัยดี เป็นมิตรกับผู้ซื้อ พนักงานสามารถแนะนำ หรือเสนอแนวทางแก้ไขได้ดี พนักงานส่งสินค้าได้ถูกต้องและแม่นยำ พนักงานมีกริยามารยาทเรียบร้อย บริการจัดส่งอาหารสามารถจัดส่งได้ตามเวลาที่แจ้งไว้ทุกครั้งและระยะเวลาในการรอรับบริการมีความเหมาะสมภายใน 30 นาที ทำหน้าที่เป็นคุณลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คุณลักษณะที่ควรจะมีสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้อย่างสะดวกในกรณีที่เกิดปัญหา หน้าที่นี้จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อบริการ

1.6 ด้านกายภาพ ของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นเห็นว่า ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเห็นเห็นว่า การออกแบบแอปพลิเคชัน สี สัน ตัวอักษรสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของ LINE MAN และทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี น่าสนใจ ความพึงพอใจจากการใช้บริการ LINE MAN อยู่ในระดับเดียวกันกับการเข้าใช้บริการในร้านอาหาร และสามารถค้นหาร้านค้าที่ต้องการใช้บริการง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ เกศปริยา แก้วแสนเมือง(2558) พบว่า การใช้ประโยชน์ในแอปพลิเคชัน LINE ในการใช้บริการในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบการใช้งาน และมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้าน

ออกแบบแอปพลิเคชัน พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะเป็น ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น

1.7 ด้านกระบวนการ ของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครแอปพลิเคชันมีความเสถียรต่อการใช้งาน สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดีไม่มีปัญหาเกิดขึ้นระหว่างการใช้งาน ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในความมีอาชีพของ LINE MAN และ การขนส่งมีการระมัดระวัง ป้องกัน ไม่ให้สินค้าเสียหาย ซึ่งสอดคล้องกับ การรับรู้คุณค่าของปัจจัยด้านราคา คุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราช ของ วรัญญา คงจิตราภา(2558) พบว่า คุณภาพการบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ใช้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณ์หรือเลือกคุณภาพได้ การบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านอาชีพ ด้านการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ปัจจุบัน เพศชายหรือ หญิงนั้นมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเลือกใช้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ก็เปิดกว้างมากขึ้น ผู้ให้บริการก็คิดค้นและพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้สามารถ ใช้งานได้ทุกเพศ มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา ค่าธรรมเนียม ความสะดวกสบาย ในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ความพึงพอใจในการใช้บริการส่งอาหารทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ของ อังกูร สุทธิประภา(2560) พบว่า ผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการส่งอาหารทางแอปพลิเคชันโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ถึงแม้ปัจจัยด้านเพศมีแนวโน้มที่จะมีความแตกต่างกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล De Fleur (1996) ได้กล่าวว่า ส่วนใหญ่แล้วความแตกต่างที่เกิดขึ้นอาจมาจากการเรียนรู้ การถูกขูขู่เลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ การเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วชิรวัชร งามละม่อม (2558) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้สามารถบ่งชี้ถึงลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจแตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีอายุ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อโดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกันนั้น ขึ้นอยู่กับ วุฒิภาวะทางอารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม

ที่เกี่ยวข้อง และอยู่ที่การยอมรับแอปพลิเคชัน และการเปลี่ยนแปลง และการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ สอดคล้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อบริการรับส่งอาหาร(Food Delivery)ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ โดย ศุภานันท์ วัฒนวิจิตร(2560) ด้านอายุ ความต้องการของแต่ละช่วงอายุที่แตกต่างกัน ช่วงวัยรุ่นสามารถที่จะสั่งอาหารจากร้านดัง ร้านอร่อยจากข้างนอก สร้างความสะดวกแก่ตนเอง แต่วัยกลางคน ก็เริ่มหาบริโภคนเพื่อสะดวกตามสภาพแวดล้อมรอบตัว ตัดปัญหา การเสียเวลา จึงต้องพิจารณาเป็นประการสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องความหลากหลาย มีตัวเลือก ครอบคลุมทุกช่วงวัย ทำให้เพิ่มฐานลูกค้าได้จำนวนมากขึ้น มีทั้งร้านอาหารที่ตั้งและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ อายุจะเป็นการแสดงวัยของบุคคลที่เป็นข้อบ่งชี้ว่าจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาและสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร สิ่งอื่นๆ ได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงในแต่ละช่วงอายุจะมีการเลือกซื้อหรือตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ผ่านมาจาก ประสบการณ์ความสนใจของแต่ละช่วงอายุก็มีความแตกต่างกันออกไป

2.3 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีสถานภาพ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจ ต่อโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ไม่ว่าจะสถานภาพใด ผู้ใช้บริการต้องการใช้บริการเดลิเวอรี่ เพื่อตอบสนองความสะดวกสบาย โดยที่ไม่ต้องออกไปทานอาหารนอกบ้าน มักจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตรงต่อ ความต้องการเหมือนกัน สอดคล้องกับ นรศิลป์ ชูชื่น, รฐา คุณาสุภคกุล และพรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก (2560)ได้ ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) จากการวิจัยพบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการใช้บริการ ซึ่งขัดแย้งกับ ชาริณี ลิ้มอิม(2562) พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคาดหวัง ต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์แมนกรุงเทพมหานคร แตกต่าง

2.4 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจ ต่อโดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูง มีความคาดหวังที่จะได้รับการ บริการที่สูงกว่าลูกค้าที่ระดับการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่า และเมื่อความหวังสูง ก็ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ต่อคุณภาพการให้บริการสูงตาม หากลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่ได้คาดหวังไว้ แสดงถึงความต้องการ ขึ้นพื้นฐานของลูกค้าในแต่ละระดับการ ศึกษาต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความพึงพอใจใน บริการของ Mullins (1954) ได้เสนอแนวคิดว่า การให้บริการที่เสมอภาค หมายถึง การให้บริการลูกค้า ทุก คนอย่างเท่าเทียมกัน ใช้กฎระเบียบและมาตรฐานการให้บริการ แต่มีความสอดคล้องกับ การวิจัยความพึง พอใจในการใช้บริการส่งอาหารทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ของ อังกร สุทธิประภา(2560) พบว่า ผู้บริโภคในเขตบางกะปิที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้ บริการส่งอาหารทางแอปพลิเคชันโดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความเป็น รูปธรรมของ บริการ และด้านการตอบสนองความต้องการต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาแตกต่างกันหลายระดับ จึงทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการส่งอาหาร ทางแอปพลิเคชันต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วราภรณ์ เอื้อการณ และอิสระ อุดมประเสริฐ (2553) ที่กล่าวว่า คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่ต่างกัน จะมีลักษณะ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ พฤติกรรมที่แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เป็นผู้รับสารที่ดี

และเป็นผู้ที่มีความกว้างขวางและเข้าใจสารที่ดี สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวถึงตัวแปรด้านระดับการศึกษาว่า ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับสูง ส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่ารวมถึงมีราคาสูงกว่า การบริโภคสินค้าของผู้ที่การศึกษาในระดับต่ำ

2.5 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ที่มีอาชีพแตกต่างกัน สามารถเข้าถึงการให้บริการและรับรู้ข้อมูลข่าวสารของLINE MAN ได้เท่าเทียมกัน ซึ่งสามารถสืบค้นข้อมูลของได้จากสื่อออนไลน์หรือรับรู้ได้จากการประชาสัมพันธ์ของแอปพลิเคชันผ่านสื่อต่างๆหรือการบอกต่อ ทำให้ทุกอาชีพมีโอกาสในการใช้บริการได้โดยง่ายและตลอดเวลา และจากการที่มีรูปแบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน จึงทำให้ผู้ใช้บริการหลากหลายอาชีพรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ มั่นสนันท์ วุฒิมหามานนท์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าอาชีพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยให้เหตุผลว่าสินค้าที่ขายในช่องทางออนไลน์มีความหลากหลายจึงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันได้

2.6 ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อโดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มาจากผู้ใช้บริการทุกช่วงระดับรายได้ สามารถเข้าถึงการให้บริการได้โดยง่ายและตลอดเวลา และไม่ได้จำกัดผู้ใช้บริการเฉพาะระดับรายได้ใดรายได้หนึ่งเท่านั้น ทำให้ทุกช่วงรายได้มีโอกาสที่จะได้ใช้บริการ รวมทั้งจากการที่แอปพลิเคชันมีรูปแบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พฤษภา เนื่องจำนงค์ (2560) พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านบนแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้ซื้อ โดยภาพรวมมีความไม่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านบนแอปพลิเคชัน Shopee ที่มีรายได้ค่าเฉลี่ยที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าไม่ต่างกัน และสอดคล้องกับ อังกูร สุทธิประภา(2560) พบว่ารายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการสั่งอาหารทางแอปพลิเคชันโดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าไม่มีด้านใดที่ต่างกัน ซึ่งมีความคิดเห็นว่า รายได้ของผู้บริโภคจะเป็นสิ่งกำหนดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้ที่มีรายได้ต่างกันจึงอาจจะทำให้ความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการไม่ต่างกัน เนื่องจากได้เลือกซื้อสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับรายได้ของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับฝ่ายพัฒนาธุรกิจ LINE MAN รวมไปถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร ในการพัฒนาแอปพลิเคชันและการบริการขนส่งอาหาร เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพของแอปพลิเคชันและการบริการในอนาคตต่อไป เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากร

จากการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครแสดงให้เห็นว่า

1. ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีปัจจัยประชากร ด้านเพศ ด้านสถานภาพ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมไม่ต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านอายุ และ ด้านการศึกษา ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน LINE MAN ในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมต่างกัน

ดังนั้นฝ่ายพัฒนาธุรกิจ LINE MAN รวมไปถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร จึงไม่ต้องสนใจกับปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ด้านสถานภาพ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนข้างต้น แต่ควรสนใจเรื่องอายุ และ ด้านการศึกษา เพราะมีผลต่อความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจจะมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งอาหารไลน์แมน ในจังหวัดสมุทรสาคร เช่น ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรในจังหวัดสมุทรสาครเท่านั้น ดังนั้นควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ควรศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE MAN ให้มากขึ้นเพื่อที่จะทำให้ได้ทราบถึงความต้องการของผู้ที่ให้บริการว่ามีความคาดหวังอย่างไรต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อให้ได้ความแตกต่างทางด้านความคิด ค่านิยมและได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกศปรียา แก้วแสนเมือง. (2558). พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชัน

ไลน์(Line)ของผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร.

จุไรพร พินิจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

- ชัยยศ อุดมกิจธนกุล. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านหนังสือ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ชาธิณี ลิ้มอ้อม. (2562). *พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์แมนในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป.
- ธีรศักดิ์ คำแก้ว. (2557). *การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ:กรณีศึกษาร้านโซล จังหวัดชลบุรี*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- พฤษภา เนื่องจำนงค์. (2560). *กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านบนแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้ซื้อ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการ.
- พิมพ์ภา วีระโยธิน. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันอูเบอร์อีท (Uber Eats) เพื่อบริการรับส่งอาหาร(Food Delivery)*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล.
- พิรณันท์ แกล่งกล้า. (2562). *การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการส่งอาหารเดลิเวอรี่ ในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร, สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร.
- ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป.
- วรัญญา คงจิตราภา. (2558). *การรับรู้คุณค่าของปัจจัยด้านราคา คุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราช*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- ศุภานัน วัฒนวิจิต. (2560). *ความพึงพอใจในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อบริการรับส่งอาหาร(Food Delivery) ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพฯ*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการ

- สลินทา แสงทองฉาย. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทยในการเลือกใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- หทัยรัตน์ บรรลือ. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาสวนจิตรลดา. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, คณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
- อรชร สอนพุมมี. (2560). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกรุงไทย สาขาปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด.
- อรนุช มานะกุล. (2560). ความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันแคชเชียร์ของธนาคารกสิกรไทย จากัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการเงินและการธนาคาร.
- อังกร สุทธิประภา. (2560). ความพึงพอใจในการใช้บริการสั่งอาหารทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการจัดการ.
- อิสราวลี เนียมศรี. (2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- SENGPHET DAOVANH. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าร้านสะดวกซื้อในเขตเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาธุรกิจระหว่างประเทศและการตลาด.