



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่  
ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
Study of the Behavior and Satisfaction of Consumers Who Use Food Delivery Service  
through Grab Food Application in Bangkok And Vicinity

ศิริเกษ แซ่ฟุ้ง<sup>1</sup> และวีระ วีระโสภณ<sup>2</sup>

s65563828011@ssru.ac.th<sup>1</sup>, weera.we@ssru.ac.th<sup>2</sup>

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ  
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 และเป็นนักเรียนนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านพฤติกรรมการและความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Grab Food ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 101-200 บาท มีการค้นหาเมนูบนแอปพลิเคชันได้สะดวก

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, Grab Food

### Abstract

Study of the behavior and satisfaction of consumers who use food delivery service through grab food application in Bangkok and vicinity. The objectives of this study are: 1) To study the behavior of food delivery service through Grab Food application in Bangkok and vicinity, 2) to study the satisfaction of using food delivery service through Grab Food application in Bangkok and vicinity. The sample used in the study was those living in Bangkok and vicinity. 200 people used online questionnaires as a data collection tool. With the chain sampling method. The study found that the majority of respondents were female, aged 21-30, and were students with bachelor's degrees, with a monthly income of less than 10,000 baht, in terms of behavior and satisfaction with using grab food application, mainly during



12.01-16.00 hrs. and cost 101-200 baht per time. There is a menu search on the app. convenient application.

Keywords: Behavior, Satisfaction, Grab Food

## บทนำ

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจร้านอาหารมีการขยายตัวมากขึ้นท่ามกลางพฤติกรรมและการบริโภคและกำลังซื้อที่เปลี่ยนไป ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ttb analytics ได้ประเมินแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารปี 2565 มีการพลิกฟื้น 5.4% ในบริบทที่ต่างกันตามขนาดธุรกิจ หลังหดตัวจากสถานการณ์โควิดต่อเนื่อง 2 ปี คาดว่าผู้บริโภคได้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยการวางแผนปรับลดการใช้จ่ายผ่านหน้าร้าน (Physical stores) มาเป็นการใช้จ่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (E-commerce) มากขึ้น สอดคล้องไปกับผลสำรวจของผู้บริโภคที่คาดว่าปีนี้ จะหันมาใช้จ่ายซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้นกว่า 35% การเติบโตของผู้ใช้สมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บวกกับการเกิดขึ้นของช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) และวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางสังคมตลอดเวลาที่มีความจำเป็นให้ผู้บริโภคต้องปรับตัวได้สร้างพฤติกรรมใหม่ออกมามากมายในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และหนึ่ง ในนั้นคือ การจับจ่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งที่ผ่านมามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้หลายคนอาจมองว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ในช่วงเวลานี้เป็นเรื่องธรรมดา (จิตาพร รุ่งสถาพร, 2563)

อินเทอร์เน็ต (Internet) คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมโยง เครือข่ายมากมายทั่วโลกเข้าด้วยกันสามารถเข้าถึงบริการการสื่อสารต่าง ๆ ได้ (เทคโนโลยีในครัวเรือน, 2563) คนไทยนิยมใช้ Internet ในการซื้อของออนไลน์และทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ยังมีหลายๆกิจกรรมที่คนไทยหันมาทำทางออนไลน์มากขึ้น เช่น ซื้อตัวชมภาพยนตร์ บริการเรียกรถและสั่งอาหาร แพลตฟอร์มเดลิเวอรีเข้ามาเป็นข้อต่อสำคัญที่ช่วยให้กิจกรรมร้านอาหารยังสามารถไปต่อได้ท่ามกลางวิกฤต ธุรกิจบริการ Food Delivery ซึ่งถือเป็น Platform ใหม่ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างร้านอาหารและ ผู้บริโภค โดยทำหน้าที่รับคำสั่งซื้ออาหารจากผู้บริโภคผ่านทางออนไลน์ การชำระเงินออนไลน์ ตลอดจนจัดส่งอาหารให้ถึงมือผู้บริโภค (พิมพ์พุมพกา บุญธนาพิริชต์, 2560)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรีผ่าน แอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ทำธุรกิจบริการอาหารและบุคคลที่เกี่ยวข้องได้เข้าใจถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ คือ การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลนี้ จะใช้ด้วย แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบ สอบถามถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ประชากรของการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ระหว่าง สิงหาคม พ.ศ.2565 ถึง ตุลาคม พ.ศ.2565

2. การศึกษาการศึกษากฎการความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล นี้ จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย แห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษานี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 200 คน

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food เป็นมาตรวัดความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง สามารถสรุปการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Grab Food ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 74 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 20 LGBTQ คิดเป็นร้อยละ 5 อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 67 อายุ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 7 อายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 ระดับการศึกษาพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 76 ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 12 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 11 อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 71 พนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 18 เจ้าของธุรกิจและประกอบอาชีพอิสระคิดเป็นร้อยละ 3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 49 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 30 รายได้ 20,001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 9 รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 5



**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน “Grab Food” บ่อยแค่ไหนในหนึ่งเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food 3-4 ครั้งในหนึ่งเดือนคิดเป็นร้อยละ 33.5 ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ต่ำกว่า 2 ครั้งในหนึ่งเดือนคิดเป็นร้อยละ 26 ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไปในหนึ่งเดือนคิดเป็นร้อยละ 19 ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food 5-6 ครั้งในหนึ่งเดือนคิดเป็นร้อยละ 14.5 ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food 7-8 ครั้งในหนึ่งเดือนคิดเป็นร้อยละ 7

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 101 – 200 บาทคิดเป็นร้อยละ 57 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 201 - 300 บาทคิดเป็นร้อยละ 24.5 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาทคิดเป็นร้อยละ 10.5 มีค่าใช้จ่าย 301 – 400 บาทคิดเป็นร้อยละ 5.5 มีค่าใช้จ่าย 401 – 500 บาทคิดเป็นร้อยละ 1.5 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 500 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 1

ท่านชำระสินค้าผ่านช่องทางใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการชำระสินค้าโดยเก็บเงินปลายทางคิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา คือ ชำระผ่านบัตรเครดิต/บัตรเดบิตคิดเป็นร้อยละ 40 ชำระผ่าน Grab Pay Wallet คิดเป็นร้อยละ 11

ลักษณะการบริโภคอาหารเดลิเวอรี่ของท่าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการบริโภคอาหารเดลิเวอรี่ในมือกลางวันคิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือมือเย็นคิดเป็นร้อยละ 38.5 มือดึกคิดเป็นร้อยละ 6 มือเช้าคิดเป็นร้อยละ 3.5 และอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 3

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการบริการของแอปพลิเคชัน Grab Food

ตารางที่ 1

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$
การออกแบบบนหน้าแอปพลิเคชันน่าสนใจ	4.24
บนแอปพลิเคชันมีการจัดหมวดหมู่อาหารที่ชัดเจน	4.25
ท่านสามารถค้นหาเมนูอาหารได้สะดวก	4.28
สามารถเห็นโปรโมชั่นบนหน้าแอปพลิเคชันได้ชัดเจน	4.13
เมนูบนแอปพลิเคชันมีความหลากหลาย	4.18
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.21$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ท่านสามารถค้นหาเมนูอาหารได้สะดวก ( $\bar{x}=4.28$ ) รองลงมา คือ บนแอปพลิเคชันมีการจัดหมวดหมู่อาหารที่ชัดเจน ( $\bar{x}=4.25$ ) การออกแบบบนหน้าแอปพลิเคชันน่าสนใจ ( $\bar{x}=4.24$ ) เมนูบนแอปพลิเคชันมีความหลากหลาย ( $\bar{x}=4.24$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านราคา	$\bar{x}$
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.75
มีราคาค่าส่งอาหารที่เหมาะสมกับระยะทาง	3.78
ราคาอาหารมีความคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.88
มีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคา	4.04
รวม	3.86

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.86$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคา ( $\bar{x}=4.04$ ) รองลงมา คือ ราคาอาหารมีความคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ( $\bar{x}=3.88$ ) มีราคาค่าส่งอาหารที่เหมาะสมกับระยะทาง ( $\bar{x}=3.78$ ) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ( $\bar{x}=3.75$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 3

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านการส่งเสริมการขาย	$\bar{x}$
มีการสะสมรีวอร์ดเพื่อแลกสิทธิพิเศษต่างๆ	4.06
มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook You tube เพื่อเข้าถึงผู้ใช้งานมากขึ้น	4.14
มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาที่เหมาะสมกับช่วงเทศกาล	4.20
คู่มือหรือส่วนลดในการสั่งอาหารที่ดึงดูดความสนใจ	4.15
รวม	4.14

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านการส่งเสริมการขาย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.14$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาที่เหมาะสมกับช่วงเทศกาล ( $\bar{x}=4.20$ ) รองลงมา คือ คู่มือหรือส่วนลดในการสั่งอาหารที่ดึงดูดความสนใจ ( $\bar{x}=4.15$ ) มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook You tube เพื่อเข้าถึงผู้ใช้งานมากขึ้น ( $\bar{x}=4.14$ ) มีการสะสมรีวอร์ดเพื่อแลกสิทธิพิเศษต่างๆ ( $\bar{x}=4.06$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	$\bar{x}$
<b>Grab Food ด้านกระบวนการ</b>	
มีความถูกต้องของเมนูอาหารที่สั่ง	4.26
จัดส่งอาหารได้ตามเวลาที่แจ้ง	4.06
สามารถตรวจสอบความคืบหน้าในการจัดส่งอาหารได้	4.30
ความรวดเร็วในการส่งอาหาร	4.01
การขนส่งมีการระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหาย	4.01
รวม	4.13

จากตารางที่ 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x}=4.13$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ สามารถตรวจสอบความคืบหน้าในการจัดส่งอาหารได้ ( $\bar{x}=4.06$ ) รองลงมา คือ มีความถูกต้องของเมนูอาหารที่สั่ง ( $\bar{x}=4.26$ ) จัดส่งอาหารได้ตามเวลาที่แจ้ง ( $\bar{x}=4.06$ ) ความรวดเร็วในการส่งอาหาร ( $\bar{x}=4.01$ ) ตามลำดับ

**อภิปรายผล**

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลรายงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ ผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ได้ดังนี้ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงส่วนมากจะเป็นช่วงอายุ 21-30 ปี มีความสอดคล้องกับวิจัยของ ศรานนท์ โทบุนญา และณัฐวัฒน์ กุณาหลาย (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Food Delivery พบว่าเพศหญิงเคยใช้บริการ Food Delivery มากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงเคยใช้บริการ ร้อยละ 36 มากกว่าเพศชายที่เคยใช้บริการ ร้อยละ 23 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านเพศมีความแตกต่างกันในการใช้ บริการ Food Delivery ปัจจัยด้านเพศต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Food Delivery จึงมีความสำคัญต่อหลายๆฝ่าย อาชีพผู้ที่ใช้แอปพลิเคชัน ส่วนใหญ่แล้วเป็นนักเรียนนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทเพราะส่วนใหญ่แล้วยังเป็นนักเรียนนักศึกษา

ด้านพฤติกรรมการและความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Grab Food ส่วนใหญ่ใช้บริการ 3-4 ครั้ง ในหนึ่งเดือน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 101-200 บาท ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ ศรีณรงค์ อภาวรรณ เพชรเอง และศราณพงค์ สายประดิษฐ์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า นักศึกษามีการใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อสินค้าและ/หรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท มีการชำระสินค้าโดยการเก็บเงินปลายทาง และมีการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ผ่านโทรศัพท์มือถือ เหตุผลหลักในการเลือกสั่งอาหารเดลิเวอรี่เพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีลักษณะการบริโภคอาหารเดลิเวอรี่ในช่วงกลางวันซึ่งสอดคล้องกับเวลาในการใช้แอปพลิเคชันในช่วง 12.01-16.00น. มีการจัดส่งอาหารไปยังที่บ้านและหอพัก/คอนโด ความพึงพอใจ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ด้านผลิตภัณฑ์สามารถค้นหาเมนูได้สะดวกอยู่ในระดับมาก ด้านราคามีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการขาย มีการโปรโมทโปรโมชันลดราคาที่เหมาะสมกับช่วงเทศกาลอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ สามารถตรวจสอบความคืบหน้าในการจัดส่งอาหารได้อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกคือ แอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน

### เอกสารอ้างอิง

- จิตาพร รุ่งสถาพร. 2563. พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ปริณชิต และพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิมพ์มณฑา บุญนาพิรัชต์. 2560. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศรานนท์ โตบุญมา และณัฐวัฒน์ กุณาหลาย. 2562. พฤติกรรมการใช้บริการ Food Delivery. วิทยานิพนธ์เสนอคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร : มหาวิทยาลัยนเรศวร
- สุรัชย์ ศรีณรงค์ อภาวารรณ เพชรเอง และศราณพงศ์ สายประดิษฐ์. (2559). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ในการประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ ครั้งที่ 9. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (28 เมษายน 2558). ฟู้ด เดลิเวอรียุคนี้เสิร์ฟถึงบ้าน. แหล่งที่มา : <https://www.posttoday.com/analysis/report/361916>. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565.
- thaipost. (2565). ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดตลาด E-commerce ในปี 65 มีมูลค่าราว 5.6 แสนล้านบาท. แหล่งที่มา : <https://www.thaipost.net/economy-news/95153/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2565