

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่และร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	133	33.25
หญิง	267	66.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 และเพศชาย จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	50	12.50
21-30 ปี	92	23.00
31-40 ปี	139	34.75
41-50 ปี	90	22.50
มากกว่า 50 ปี	29	7.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา คือ อายุ 21-30 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 อายุ 41-50 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 อายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และมากกว่า 50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	84	21.00
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	52	13.00
พนักงานบริษัทเอกชน	124	31.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59	14.75
ธุรกิจส่วนตัว	74	18.50
เกษียณอายุ	7	1.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และเกษียณอายุ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.4 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยภายใน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
แรงจูงใจ	3.94	0.60	มาก
บุคลิกภาพ	3.73	0.62	มาก
การรับรู้	3.97	0.61	มาก
การเรียนรู้	3.88	0.59	มาก
ทัศนคติ	3.94	0.58	มาก
โดยรวม	3.89	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$, $SD=0.52$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ การรับรู้ ($\bar{X}=3.97$, $SD=0.61$) แรงจูงใจ ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.60$) ทัศนคติ ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.58$) การเรียนรู้ ($\bar{X}=3.88$, $SD=0.59$) และ บุคลิกภาพ ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
เมื่อหิวหรืออยากรับประทานอาหาร มักจะเปิดดูเมนูอาหารที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชัน	4.10	0.68	มาก
ชอบความสะดวกสบายจึงเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพราะไม่ต้องออกไปซื้ออาหารด้วยตัวเอง	3.93	0.87	มาก
ต้องการประหยัดเงินจึงใช้แต้ม/คะแนน หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดของระบบในแอปพลิเคชัน เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น	3.85	0.84	มาก
ต้องการประหยัดเวลาในการออกไปซื้ออาหาร จึงใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร	3.89	0.87	มาก
โดยรวม	3.94	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.60$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ เมื่อหิวหรืออยากรับประทานอาหาร มักจะเปิดดูเมนูอาหารที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=4.10$, $SD=0.68$) ชอบความสะดวกสบายจึงเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพราะไม่ต้องออกไปซื้ออาหารด้วยตัวเอง ($\bar{X}=3.93$, $SD=0.87$) ต้องการประหยัดเวลาในการออกไปซื้ออาหาร จึงใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร ($\bar{X}=3.89$, $SD=0.87$) และต้องการประหยัดเงิน จึงใช้แต้ม/คะแนน หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดของระบบในแอปพลิเคชัน เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพ

ด้านบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
ชอบที่จะลองร้านอาหารหรือเมนูใหม่ ๆ	3.72	0.93	มาก
ไม่ชอบวุ่นวายกับผู้คน โดยเฉพาะการอยู่ท่ามกลางผู้คนในร้านอาหาร	3.74	0.87	มาก
ชอบรับประทานอาหารอยู่ที่บ้าน เพื่อจะได้อยู่กับครอบครัว	3.80	0.89	มาก
ชอบทำหลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ทานข้าวไปด้วยและทำงานไปด้วย เป็นต้น	3.68	0.88	มาก
โดยรวม	3.73	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.62$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ชอบรับประทานอาหารอยู่ที่บ้าน เพื่อจะได้อยู่กับครอบครัว ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.89$) ไม่ชอบวุ่นวายกับผู้คน โดยเฉพาะการอยู่ท่ามกลางผู้คนในร้านอาหาร ($\bar{X}=3.74$, $SD=0.87$) ชอบที่จะลองร้านอาหารหรือเมนูใหม่ ๆ ($\bar{X}=3.72$, $SD=0.93$) และชอบทำหลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ทานข้าวไปด้วยและทำงานไปด้วย เป็นต้น ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้

ด้านการรับรู้	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
ต้องได้รับอาหารที่มีคุณภาพและราคาเป็นธรรม	4.07	0.75	มาก
ในแอปพลิเคชันมีร้านอาหารและเมนูให้เลือก หลากหลาย	3.93	0.82	มาก
ภาพอาหารหรือเครื่องดื่มในแอปพลิเคชัน มีความสวยงาม น่ารับประทาน	3.95	0.76	มาก
อาหารหรือเครื่องดื่มที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ถูกต้องตรงตามที่ได้ระบุไว้	3.91	0.75	มาก
โดยรวม	3.97	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, $SD=0.61$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ต้องได้รับอาหารที่มีคุณภาพและราคาเป็นธรรม ($\bar{X}=4.07$, $SD=0.75$) ภาพอาหารหรือเครื่องดื่มในแอปพลิเคชัน มีความสวยงาม น่ารับประทาน ($\bar{X}=3.95$, $SD=0.76$) ในแอปพลิเคชันมีร้านอาหารและเมนูให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X}=3.93$, $SD=0.82$) และอาหารหรือเครื่องดื่มที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ถูกต้องตรงตามที่ได้ระบุไว้ ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเรียนรู้

ด้านการเรียนรู้	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชันด้วยตนเองก่อนที่จะสั่งอาหารเสมอ	3.98	0.80	มาก
อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ให้รายละเอียด ต่าง ๆ อย่างถูกต้องและครบถ้วน	3.85	0.78	มาก
อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน คุณภาพไม่แตกต่าง กับการออกไปซื้อเอง	3.90	0.76	มาก
เวลามีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชัน ท่านสามารถติดต่อขอความ ช่วยเหลือจาก Call Center และผู้ซัพพลาย อาหารได้อย่างสะดวก	3.80	0.83	มาก
โดยรวม	3.88	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, $SD=0.59$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตนเองก่อนที่จะสั่งอาหารเสมอ ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.80$) อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชันคุณภาพไม่แตกต่างกับการออกไปซื้อเอง ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.76$) อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน หารายละเอียดต่าง ๆ อย่างถูกต้องและครบถ้วน ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.78$) และเวลามีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ท่านสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจาก Call Center และผู้ขับรถส่งอาหารได้อย่างสะดวก ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทัศนคติ

ด้านทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ความน่าสนใจในการเลือกซื้ออาหารเพิ่มมากขึ้น	3.95	0.73	มาก
รูปแบบของแอปพลิเคชัน มีความสะดวกสบาย สามารถทำให้ใช้บริการสั่งอาหารได้อย่างง่าย	3.93	0.78	มาก
มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม เมื่อชำระเงินล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันไปแล้ว	3.96	0.76	มาก
มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้ในแอปพลิเคชัน	3.94	0.77	มาก
โดยรวม	3.94	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทัศนคติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.58$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม เมื่อชำระเงินล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันไปแล้ว ($\bar{X}=3.96$, $SD=0.76$) การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ความน่าสนใจในการเลือกซื้ออาหารเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X}=3.95$, $SD=0.73$) มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้ในแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.77$) และรูปแบบของแอปพลิเคชัน มีความสะดวกสบาย สามารถทำให้ใช้บริการสั่งอาหารได้อย่างง่าย ($\bar{X}=3.93$, $SD=0.78$) ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยภายนอก	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มอ้างอิง	3.63	0.71	มาก
ครอบครัว	3.57	0.80	มาก
ชนชั้นทางสังคม	3.75	0.67	มาก
ระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต	4.08	0.64	มาก
ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า	3.79	0.61	มาก
โดยรวม	3.76	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$, $SD=0.53$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=4.08$, $SD=0.64$) ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า ($\bar{X}=3.79$, $SD=0.61$) ชนชั้นทางสังคม ($\bar{X}=3.75$, $SD=0.67$) กลุ่มอ้างอิง ($\bar{X}=3.63$, $SD=0.71$) และครอบครัว ($\bar{X}=3.57$, $SD=0.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง

ด้านกลุ่มอ้างอิง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
เห็นบุคคลต้นแบบนิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.75	0.79	มาก
เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนหรือแนะนำให้ใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.54	0.87	มาก
เมื่อเห็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง โฆษณาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ทำให้อยากใช้บริการ	3.59	0.88	มาก
โดยรวม	3.63	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$, $SD=0.71$) เมื่อวิเคราะห์ห่อออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ เห็นบุคคลต้นแบบนิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.75$, $SD=0.79$) เมื่อเห็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง โฆษณาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ทำให้อยากใช้บริการ ($\bar{X}=3.59$, $SD=0.88$) และเพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนหรือแนะนำให้ใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านครอบครัว

ด้านครอบครัว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
สมาชิกในครอบครัว นิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.54	0.90	มาก
สมาชิกในครอบครัวชักชวนหรือแนะนำให้สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.50	0.95	ปานกลาง
การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบางครั้งต้องขอความคิดเห็นจากสมาชิกในครอบครัว	3.67	0.93	มาก
โดยรวม	3.57	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านครอบครัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$, $SD=0.80$) เมื่อวิเคราะห์ห่อออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบางครั้งต้องขอความคิดเห็นจากสมาชิกในครอบครัว ($\bar{X}=3.67$, $SD=0.93$) สมาชิกในครอบครัว นิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.90$) และสมาชิกในครอบครัวชักชวนหรือแนะนำให้สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.50$, $SD=0.95$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านชนชั้นทางสังคม

ด้านชนชั้นทางสังคม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
ชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ตามกลุ่มเพื่อน สนิท เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร เป็นต้น	3.81	0.76	มาก
เรียนหนังสือหรือทำงานประจำ เช่น ธุรกิจ ส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น ทำให้มีเวลาในการรับประทานอาหารเช้า เป็นประจำ	3.75	0.87	มาก
เมื่อจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ มักจะไม่ทำอาหารเอง แต่จะสั่งอาหารมาจากข้างนอก	3.69	0.93	มาก
โดยรวม	3.75	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านชนชั้นทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X}=3.75$, $SD=0.67$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ตาม
กลุ่มเพื่อนสนิท เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร เป็นต้น ($\bar{X}=3.81$, $SD=0.76$) เรียนหนังสือ
หรือทำงานประจำ เช่น ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น ทำให้มีเวลาในการ
รับประทานอาหารเช้าเป็นประจำ ($\bar{X}=3.75$, $SD=0.87$) และเมื่อจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ มักจะไม่ทำอาหาร
เอง แต่จะสั่งอาหารมาจากข้างนอก ($\bar{X}=3.69$, $SD=0.93$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต

ด้านระบบสัญญาณและความเร็วของ อินเทอร์เน็ต	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตดี ทำให้ สามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย	4.20	0.66	มาก
ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถ ติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน ได้อย่างง่ายและรวดเร็ว	3.92	0.84	มาก
ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดตาม ความเคลื่อนไหวของรายการที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ได้เข้าถึงขั้นตอนไหน และผู้ขับรถส่งอาหารอยู่ที่ใด	4.11	0.73	มาก
โดยรวม	4.08	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, $SD=0.64$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตดี ทำให้สามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย ($\bar{X}=4.20$, $SD=0.66$) ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของรายการที่ส่งผ่านแอปพลิเคชันได้เข้าถึงขั้นตอนไหน และผู้ซ้บรดส่งอาหารอยู่ที่ใด ($\bar{X}=4.11$, $SD=0.73$) และความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันได้อย่างง่ายและรวดเร็ว ($\bar{X}=3.92$, $SD=0.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

ด้านความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
มีความเชื่อมั่นในการใช้บัตรเครดิตสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.69	0.79	มาก
เชื่อมั่นว่าแอปพลิเคชันที่ใช้บริการ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เป็นต้น	3.79	0.78	มาก
ก่อนที่จะชำระเงินผ่าน E-Banking ระบบจะให้กรอกข้อมูลที่เป็นรหัสลับส่วนตัวเท่านั้น	3.81	0.82	มาก
ในระบบแอปพลิเคชันจะให้ความสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	3.87	0.74	มาก
โดยรวม	3.79	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$, $SD=0.61$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ในระบบแอปพลิเคชันจะให้ความสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ($\bar{X}=3.87$, $SD=0.74$) ก่อนที่จะชำระเงินผ่าน E-Banking ระบบจะให้กรอกข้อมูลที่เป็นรหัสลับส่วนตัวเท่านั้น ($\bar{X}=3.81$, $SD=0.82$) เชื่อมั่นว่าแอปพลิเคชันที่ใช้บริการ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เป็นต้น ($\bar{X}=3.79$, $SD=0.78$) และมีความเชื่อมั่นในการใช้บัตรเครดิตสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.69$, $SD=0.79$) ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน
 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.16 ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการในภาพรวม

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
การตระหนักถึงปัญหา	3.67	0.69	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.79	0.64	มาก
การประเมินผลทางเลือก	3.91	0.60	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.94	0.63	มาก
พฤติกรรมหลังการซื้อ	3.90	0.62	มาก
โดยรวม	3.83	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการในภาพรวม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, $SD=0.55$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ การตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.63$) การประเมินผลทางเลือก ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.60$) พฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.62$) การค้นหาข้อมูล ($\bar{X}=3.79$, $SD=0.64$) และการตระหนักถึงปัญหา ($\bar{X}=3.67$, $SD=0.69$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการตระหนักถึงปัญหา

ด้านการตระหนักถึงปัญหา	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
ไม่ค่อยมีเวลา ทำให้ไม่สะดวกในการทำอาหาร เองหรือออกไปซื้ออาหารมารับประทาน	3.88	0.83	มาก
ปัญหาการจราจรทำให้ไม่สะดวกในการออกไป ซื้ออาหารมารับประทาน	3.60	0.91	มาก
มักจะไม่ชอบทำอาหารรับประทานเอง	3.55	1.02	มาก
มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน เช่น ฝนตก ยามวิกาล ลืม ซื้อวัตถุดิบหรือวัตถุดิบประกอบอาหารหมด ในช่วงที่รับประทานอาหาร	3.67	0.91	มาก
โดยรวม	3.67	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการตระหนักถึงปัญหา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$, $SD=0.69$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ ไม่ค่อยมีเวลาทำให้ไม่สะดวกในการทำอาหารเองหรือออกไปซื้ออาหารมารับประทาน ($\bar{X}=3.88$, $SD=0.83$) มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน เช่น ฝนตก ยามวิกาล สัมผัสวัตถุดิบหรือวัตถุดิบประกอบอาหารหมดในช่วงที่รับประทานอาหาร ($\bar{X}=3.67$, $SD=0.91$) ปัญหาการจราจรทำให้ไม่สะดวกในการออกไปซื้ออาหารมารับประทาน ($\bar{X}=3.60$, $SD=0.91$) และมักจะไม่นิยมทำอาหารรับประทานเอง ($\bar{X}=3.55$, $SD=1.02$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการค้นหาข้อมูล

ด้านการค้นหาข้อมูล	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
หาข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตัวเองก่อนการให้บริการ	4.01	0.74	มาก
สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนที่เคยใช้	3.68	0.82	มาก
ได้รับการแนะนำเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนรู้จัก หรือคนใกล้ตัว	3.68	0.85	มาก
โดยรวม	3.79	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการค้นหาข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$, $SD=0.64$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ หาข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตัวเองก่อนการให้บริการ ($\bar{X}=4.01$, $SD=0.74$) ได้รับการแนะนำเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนรู้จัก หรือคนใกล้ตัว ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.85$) และ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนที่เคยใช้ ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก

ด้านการประเมินผลทางเลือก	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
มักจะเปรียบเทียบแอปพลิเคชันที่ให้บริการจัดส่งอาหารต่าง ๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น ค่าอาหาร ค่าจัดส่ง ส่วนลด ก่อนการใช้บริการสั่งอาหารเสมอ เป็นต้น	3.96	0.75	มาก
การมีข้อมูลหรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ช่วยทำให้ประเมินทางเลือกก่อนการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้เร็วขึ้น	3.91	0.78	มาก
จะประเมินจากข้อมูลที่มีการแบ่งปันมา (Share) หรือการรีวิว (Review) ร้านอาหารนั้นๆ อยู่เสมอ	3.87	0.78	มาก
โดยรวม	3.91	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.60$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ มักจะเปรียบเทียบแอปพลิเคชันที่ให้บริการจัดส่งอาหารต่าง ๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น ค่าอาหาร ค่าจัดส่ง ส่วนลด ก่อนการใช้บริการสั่งอาหารเสมอ เป็นต้น ($\bar{X}=3.96$, $SD=0.75$) การมีข้อมูลหรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ช่วยทำให้ประเมินทางเลือกก่อนการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้เร็วขึ้น ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.78$) และจะประเมินจากข้อมูลที่มีการแบ่งปันมา (Share) หรือการรีวิว (Review) ร้านอาหารนั้น ๆ อยู่เสมอ ($\bar{X}=3.87$, $SD=0.78$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการตัดสินใจซื้อ

ด้านการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ ความคิดเห็น
การส่งเสริมการตลาดของแอปพลิเคชัน เช่น ส่งฟรี ส่วนลด ของแถม ทำให้เลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.97	0.80	มาก
มักจะมีร้านอาหาร หรือรายการอาหารที่ต้องการสั่งไว้ในใจเสมอ	3.88	0.76	มาก
ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ทำให้เลือกใช้บริการในทันที	3.97	0.78	มาก
โดยรวม	3.94	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการตัดสินใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.63$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ การส่งเสริมการตลาดของแอปพลิเคชัน เช่น ส่งฟรี ส่วนลด ของแถม ทำให้เลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.97$, $SD=0.80$) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ทำให้เลือกใช้บริการในทันที ($\bar{X}=3.97$, $SD=0.78$) และมักจะมีร้านอาหาร หรือรายการอาหารที่ต้องการสั่งไว้ในใจเสมอ ($\bar{X}=3.88$, $SD=0.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความคิดเห็น
แนะนำหรือบอกต่อผู้อื่น หลังมีประสบการณ์ในการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.84	0.81	มาก
มักจะใช้บริการแอปพลิเคชันเดิมทุกครั้งที่ตั้งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.84	0.80	มาก
เมื่อได้รับความพอใจจากการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน จะใช้บริการซ้ำอีก	4.02	0.75	มาก
โดยรวม	3.90	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.62$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ เมื่อได้รับความพอใจจากการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน จะใช้บริการซ้ำอีก ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.75$) แนะนำหรือบอกต่อผู้อื่น หลังมีประสบการณ์ในการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.84$, $SD=0.81$) และมักจะใช้บริการแอปพลิเคชันเดิมทุกครั้งที่ตั้งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{X}=3.84$, $SD=0.80$) ตามลำดับ

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จนนำไปสู่การสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งหมด 15 ปัจจัย หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความเหมาะสมของข้อคำถามในแต่ละปัจจัยว่ามีความสัมพันธ์และอยู่ในกลุ่มปัจจัยนั้นหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและถูกต้องของผลการวิเคราะห์มากขึ้น

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระโดยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) มีค่าเท่ากับ 0.91 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้เหมาะที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย ซึ่งมีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 2,929.91 ได้ค่า Significance เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันจึงต้องใช้การวิเคราะห์ปัจจัยในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 4.22 KMO and Bartlett's Test ของตัวแปรอิสระ

KMO and Bartlett's Test		ค่าสถิติ
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.91
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2,929.91
	df	45
	Sig.	0.00*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.5.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค

ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ผลการวิเคราะห์ปัจจัยได้ดังนี้

กำหนดให้สัญลักษณ์ตัวแปรองค์ประกอบที่ใช้ ได้แก่

EN1 แทน เมื่อหิวหรืออยากรับประทานอาหาร มักจะเปิดดูเมนูอาหารที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชัน

EN2 แทน ชอบความสะดวกสบายจึงเลือกใช้ออปพลิเคชัน เพราะไม่ต้องออกไปซื้ออาหารด้วยตัวเอง

EN3 แทน ต้องการประหยัดเงินจึงใช้แต้ม/คะแนน หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดของระบบในแอปพลิเคชัน เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น

EN4 แทน ต้องการประหยัดเวลาในการออกไปซื้ออาหาร จึงใช้ออปพลิเคชันในการสั่งอาหาร

EN5 แทน ชอบที่จะลองร้านอาหารหรือเมนูใหม่ ๆ

EN6 แทน ไม่ชอบวุ่นวายกับผู้คน โดยเฉพาะการอยู่ท่ามกลางผู้คนในร้านอาหาร

EN7 แทน ชอบรับประทานอาหารอยู่ที่บ้าน เพื่อจะได้อยู่กับครอบครัว

EN8 แทน ชอบทำหลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ทานข้าวไปด้วยและทำงานไปด้วย เป็นต้น

EN9 แทน ต้องได้รับอาหารที่มีคุณภาพและราคาเป็นธรรม

EN10 แทน ในแอปพลิเคชันมีร้านอาหารและเมนูให้เลือกหลากหลาย

EN11 แทน ภาพอาหารหรือเครื่องดื่มในแอปพลิเคชัน มีความสวยงาม น่ารับประทาน

EN12 แทน อาหารหรือเครื่องดื่มที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ถูกต้องตรงตามที่ได้ระบุไว้

EN13 แทน ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตนเอง ก่อนที่จะสั่งอาหารเสมอ

EN14 แทน อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ให้รายละเอียดต่าง ๆ อย่างถูกต้องและครบถ้วน

EN15 แทน อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน คุณภาพไม่แตกต่างกับการออกไปซื้อเอง

EN16 แทน เวลาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ท่านสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจาก Call Center และผู้ขับรถส่งอาหารได้อย่างสะดวก

EN17 แทน การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ความน่าสนใจในการเลือกซื้ออาหารเพิ่มมากขึ้น

EN18 แทน รูปแบบของแอปพลิเคชัน มีความสะดวกสบาย สามารถทำให้ใช้บริการสั่งอาหารได้อย่างง่าย

EN19 แทน มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม เมื่อชำระเงินล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันไปแล้ว

EN20 แทน มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้ในแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 4.23 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายในหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax

สัญลักษณ์ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปัจจัยภายในหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
EN1	เมื่อหิวหรืออยากรับประทานอาหาร มักจะเปิดดูเมนูอาหารที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชัน	0.45					54.45
EN2	ชอบความสะดวกสบายจึงเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพราะไม่ต้องออกไปซื้ออาหารด้วยตัวเอง	0.66					
EN3	ต้องการประหยัดเงินจึงใช้แต้ม/คะแนน หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดของระบบในแอปพลิเคชัน เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น	0.43					
EN4	ต้องการประหยัดเวลาในการออกไปซื้ออาหาร จึงใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร	0.64					

ตารางที่ 4.23 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายในหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax (ต่อ)

สัญลักษณ์ ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ปัจจัยภายในหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
EN5	ชอบที่จะลองร้านอาหารหรือ เมนูใหม่ ๆ		0.36				47.95
EN6	ไม่ชอบรบกวนสายกับผู้คน โดย เฉพาะการอยู่ท่ามกลางผู้คน ในร้านอาหาร		0.60				
EN7	ชอบรับประทานอาหาร อยู่ที่บ้านเพื่อจะได้อยู่กับ ครอบครัว		0.47				
EN8	ชอบทำหลายอย่างในเวลา เดียวกัน เช่น ทานข้าวไปด้วย และทำงานไปด้วย เป็นต้น		0.50				
EN9	ต้องได้รับอาหารที่มีคุณภาพ และราคาเป็นธรรม			0.53			61.66
EN10	ในแอปพลิเคชันมีร้านอาหาร และเมนูให้เลือกหลากหลาย			0.72			
EN11	ภาพอาหารหรือเครื่องดื่มใน แอปพลิเคชัน มีความสวยงาม น่ารับประทาน			0.60			
EN12	อาหารหรือเครื่องดื่มที่สั่ง ผ่านแอปพลิเคชัน ถูกต้อง ตรงตามที่ได้ระบุไว้			0.61			
EN13	ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับ การสั่งอาหารผ่านแอป พลิเคชันด้วยตนเองก่อนที่จะ สั่งอาหารเสมอ				0.55		55.22
EN14	อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ให้รายละเอียด ต่าง ๆ อย่าง ถูกต้องและครบถ้วน				0.58		
EN15	อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน คุณภาพไม่แตกต่างกับการ ออกไปซื้อเอง				0.55		

ตารางที่ 4.23 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายในหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax (ต่อ)

สัญลักษณ์ ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ปัจจัยภายในหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
EN16	เวลามีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ท่านสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจาก Call Center และผู้ขับรถส่งอาหารได้อย่างสะดวก				0.53		58.52
EN17	การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ความน่าสนใจในการเลือกซื้ออาหารเพิ่มมากขึ้น					0.54	
EN18	รูปแบบของแอปพลิเคชัน มีความ สะดวก สบาย สามารถทำให้ใช้บริการสั่งอาหารได้อย่างง่าย					0.65	
EN19	มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม เมื่อชำระเงินล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันไปแล้ว					0.60	
EN20	มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้ในแอปพลิเคชัน					0.55	

จากตารางที่ 4.23 แสดงถึงค่าน้ำหนักองค์ประกอบปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคภายในหลังหมุนแกน โดยสามารถสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่มต่าง ๆ ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า แรงจูงใจ มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) เมื่อหิวหรืออยากรับประทานอาหาร มักจะเปิดดูเมนูอาหารที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชัน (2) ชอบความสะดวกสบาย จึงเลือกใช้แอปพลิเคชัน เพราะไม่ต้องออกไปซื้ออาหารด้วยตัวเอง (3) ต้องการประหยัดเงินจึงใช้แต้ม/คะแนน หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดของระบบในแอปพลิเคชัน เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น และ (4) ต้องการประหยัดเวลาในการออกไปซื้ออาหาร จึงใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.45, 0.66, 0.43 และ 0.64 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 54.45

องค์ประกอบที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า บุคลิกภาพ มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) ชอบที่จะลองร้านอาหารหรือเมนูใหม่ ๆ (2) ไม่ชอบวุ่นวายกับผู้คน โดยเฉพาะการอยู่ท่ามกลางผู้คนในร้านอาหาร (3) ชอบรับประทานอาหารอยู่ที่บ้าน เพื่อจะได้อยู่กับครอบครัว และ (4) ชอบทำหลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ทานข้าวไปด้วยและทำงานไปด้วย เป็นต้น มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.36, 0.60, 0.47 และ 0.50 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 47.95

องค์ประกอบที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า การรับรู้ มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) ต้องได้รับอาหารที่มีคุณภาพและราคาเป็นธรรม (2) ในแอปพลิเคชันมีร้านอาหารและเมนูให้เลือกหลากหลาย (3) ภาพอาหารหรือเครื่องดื่มในแอปพลิเคชัน มีความสวยงาม น่ารับประทาน และ (4) อาหารหรือเครื่องดื่มที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ถูกต้องตรงตามที่ได้ระบุไว้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.53, 0.72, 0.60 และ 0.61 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 61.66

องค์ประกอบที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า การเรียนรู้ มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตนเองก่อนที่จะสั่งอาหารเสมอ (2) อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน ให้รายละเอียด ต่าง ๆ อย่างถูกต้องและครบถ้วน (3) อาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชัน คุณภาพไม่แตกต่างกับการออกไปซื้อเอง และ (4) เวลามีปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ท่านสามารถติดต่อขอความช่วยเหลือจาก Call Center และผู้ซบรถส่งอาหารได้อย่างสะดวก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.55, 0.58, 0.55 และ 0.53 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 55.22

องค์ประกอบที่ 5 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า ทศนคติ มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้ความน่าสนใจในการเลือกซื้ออาหารเพิ่มมากขึ้น (2) รูปแบบของแอปพลิเคชัน มีความสะดวกสบาย สามารถทำให้ใช้บริการสั่งอาหารได้อย่างง่าย (3) มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม เมื่อชำระเงินล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันไปแล้ว และ (4) มีความมั่นใจว่า จะได้รับอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามกำหนดเวลาที่แจ้งไว้ในแอปพลิเคชัน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.54, 0.65, 0.60 และ 0.55 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 58.52

4.5.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค

ปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยได้ดังนี้

กำหนดให้สัญลักษณ์ตัวแปรองค์ประกอบที่ใช้ ได้แก่

EX1 แทน เห็นบุคคลต้นแบบนิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

EX2 แทน เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนหรือแนะนำให้ใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

EX3 แทน เมื่อเห็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง โฆษณาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ทำให้อยากใช้บริการ

EX4 แทน สมาชิกในครอบครัว นิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

EX5 แทน สมาชิกในครอบครัวชักชวนหรือแนะนำให้สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

EX6 แทน การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบางครั้งต้องขอความคิดเห็นจากสมาชิกในครอบครัว

EX7 แทน ขึ้นชอบการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ตามกลุ่มเพื่อนสนิท เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร เป็นต้น

EX8 แทน เรียนหนังสือหรือทำงานประจำ เช่น ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น ทำให้มีเวลาในการรับประทานอาหารเพียงจำกัด

EX9 แทน เมื่อจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ มักจะไม่ทำอาหารเอง แต่จะสั่งอาหารมาจากข้างนอก

EX10 แทน อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตดี ทำให้สามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย

EX11 แทน ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันได้อย่างง่ายและรวดเร็ว

EX12 แทน ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของรายการที่สั่งผ่านแอปพลิเคชันได้ว่าถึงขั้นตอนไหน และผู้ขับรถส่งอาหารอยู่ที่ใด

EX13 แทน มีความเชื่อมั่นในการใช้บัตรเครดิตสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

EX14 แทน เชื่อมั่นว่าแอปพลิเคชันที่ใช้บริการ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เป็นต้น

EX15 แทน ก่อนที่จะชำระเงินผ่าน E-Banking ระบบจะให้กรอกข้อมูลที่เป็นรหัสลับส่วนตัวเท่านั้น

EX16 แทน ในระบบแอปพลิเคชันจะให้ความสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax

สัญลักษณ์ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปัจจัยภายนอกหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
EX1	เห็นบุคคลต้นแบบนิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	0.72					69.98
EX2	เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนหรือแนะนำให้ใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	0.64					
EX3	เมื่อเห็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง โฆษณาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ทำให้อยากใช้บริการ	0.74					

ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax (ต่อ)

สัญลักษณ์ ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ปัจจัยภายนอกหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
EX4	สมาชิกในครอบครัว นิยมใช้ บริการจัดส่งอาหารผ่านแอป พลิเคชัน		0.81				75.31
EX5	สมาชิกในครอบครัวชักชวน หรือแนะนำให้สั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชัน		0.78				
EX6	การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน บางครั้งต้องขอความคิดเห็น จากสมาชิกในครอบครัว		0.67				
EX7	ชื่นชอบการใช้เทคโนโลยี ใหม่ ๆ ตามกลุ่มเพื่อนสนิท เช่น การใช้แอปพลิเคชันใน การสั่งอาหาร เป็นต้น			0.64			60.57
EX8	เรียนหนังสือหรือทำงาน ประจำ เช่น ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น ทำให้มีเวลาในการ รับประทานอาหารเที่ยงจำกัด			0.52			
EX9	เมื่อจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ มักจะไม่ทำอาหารเอง แต่จะ สั่งอาหารมาจากข้างนอก			0.65			
EX10	อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณ อินเทอร์เน็ตดี ทำให้สามารถ ทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่าง สะดวกสบาย				0.70		72.64
EX11	ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดต่อสื่อสาร กับผู้ให้บริการผ่านทางแอป พลิเคชันได้อย่างง่ายและ รวดเร็ว				0.72		

ตารางที่ 4.24 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายนอกหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax (ต่อ)

สัญลักษณ์ ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ปัจจัยภายนอกหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
EX12	ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดตามความ เคลื่อนไหวของรายการที่สั่ง ผ่านแอปพลิเคชันได้ว่าถึง ขั้นตอนไหน และผู้ขับรถส่ง อาหารอยู่ที่ใด				0.76		60.94
EX13	มีความเชื่อมั่นในการใช้บัตร เครดิตสั่งอาหารผ่านแอป พลิเคชัน					0.59	
EX14	เชื่อมั่นว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ บริการ มีการเก็บข้อมูลของ ลูกค้าเป็นความลับ เช่น เบอร์ โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เป็นต้น					0.56	
EX15	ก่อนที่จะชำระเงินผ่าน E-Banking ระบบจะให้กรอก ข้อมูลที่เป็นรหัสลับส่วนตัว เท่านั้น					0.63	
EX16	ในระบบ แอปพลิเคชัน จะให้ความสำคัญของ พระราชบัญญัติคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)					0.66	

จากตารางที่ 4.24 แสดงถึงค่าน้ำหนักองค์ประกอบปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคภายหลัง
หมุนแกน โดยสามารถสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่มต่าง ๆ ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า กลุ่มอ้างอิง มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) เห็นบุคคล
ต้นแบบนิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (2) เพื่อนหรือคนรู้จักชักชวนหรือแนะนำให้ใช้
บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน และ (3) เมื่อเห็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง โฆษณา
เกี่ยวกับแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ทำให้อยากใช้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.72, 0.64
และ 0.74 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 69.98

องค์ประกอบที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า ครอบครัว มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) สมาชิกใน
ครอบครัว นิยมใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (2) สมาชิกในครอบครัวชักชวนหรือแนะนำให้
สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน และ (3) การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบางครั้งต้องขอความคิดเห็นจาก

สมาชิกในครอบครัว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.81, 0.78 และ 0.67 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 75.31

องค์ประกอบที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า ขนชั้นทางสังคม มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) ชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ตามกลุ่มเพื่อนสนิท เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร เป็นต้น (2) เรียนหนังสือหรือทำงานประจำ เช่น ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น ทำให้มีเวลาในการรับประทานอาหารเพียงจำกัด และ (3) เมื่อจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ มักจะไม่ทำอาหารเอง แต่จะสั่งอาหารมาจากข้างนอก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.64, 0.52 และ 0.65 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 60.57

องค์ประกอบที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า ระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตดี ทำให้สามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย (2) ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันได้อย่างง่ายและรวดเร็ว และ (3) ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของรายการที่สั่งผ่านแอปพลิเคชันได้ว้างถึงขั้นตอนไหน และผู้ซื้บรกดส่งอาหารอยู่ที่ใด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.70, 0.72 และ 0.76 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 72.64

องค์ประกอบที่ 5 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า ความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) มีความเชื่อมั่นในการใช้บัตรเครดิตสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (2) เชื่อมั่นว่าแอปพลิเคชันที่ใช้บริการ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เป็นต้น (3) ก่อนที่จะชำระเงินผ่าน E-Banking ระบบจะให้กรอกข้อมูลที่เป็นรหัสลับส่วนตัวเท่านั้น และ (4) ในระบบแอปพลิเคชันจะให้ความสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.59, 0.56, 0.63 และ 0.66 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 60.94

4.5.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ

กำหนดให้สัญลักษณ์ตัวแปรองค์ประกอบที่ใช้ ได้แก่

DP1 แทน ไม่ค่อยมีเวลา ทำให้ไม่สะดวกในการทำอาหารเองหรือออกไปซื้ออาหารมารับประทาน

DP2 แทน ปัญหาการจราจรทำให้ไม่สะดวกในการออกไปซื้ออาหารมารับประทาน

DP3 แทน มักจะไม่ชอบทำอาหารรับประทานเอง

DP4 แทน มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน เช่น ฝนตก ยามวิกาล ลืมซื้อวัตถุดิบหรือวัตถุดิบ

ประกอบอาหารหมดในช่วงที่รับประทานอาหาร

DP5 แทน หาข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตัวเองก่อนการใช้

บริการ

DP6 แทน สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนที่เคยใช้

DP7 แทน ได้รับการแนะนำเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนรู้จัก หรือ

คนใกล้ตัว

DP8 แทน มักจะเปรียบเทียบแอปพลิเคชันที่ให้บริการจัดส่งอาหารต่าง ๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น ค่าอาหาร ค่าจัดส่ง ส่วนลด ก่อนการใช้บริการสั่งอาหารเสมอ เป็นต้น

DP9 แทน การมีข้อมูลหรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ช่วยทำให้ประเมินทางเลือกก่อนการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้เร็วขึ้น

DP10 แทน จะประเมินจากข้อมูลที่มีการแบ่งปันมา (Share) หรือการรีวิว (Review) ร้านอาหารนั้น ๆ อยู่เสมอ

DP11 แทน การส่งเสริมการตลาดของแอปพลิเคชัน เช่น ส่งฟรี ส่วนลด ของแถม ทำให้เลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

DP12 แทน มักจะมีร้านอาหาร หรือรายการอาหารที่ต้องการสั่งไว้ในใจเสมอ

DP13 แทน ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ทำให้เลือกใช้บริการในทันที

DP14 แทน แนะนำหรือบอกต่อผู้อื่น หลังมีประสบการณ์ในการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

DP15 แทน มักจะใช้บริการแอปพลิเคชันเดิมทุกครั้งที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

DP16 แทน เมื่อได้รับความพอใจจากการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน จะใช้บริการซ้ำอีก

ตารางที่ 4.25 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจใช้บริการหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax

สัญลักษณ์ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจใช้บริการหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
DP1	ไม่ค่อยมีเวลา ทำให้ไม่สะดวกในการทำอาหารเอง หรือออกไปซื้ออาหารมารับประทาน	0.51					56.93
DP2	ปัญหาการจราจรทำให้ไม่สะดวกในการออกไปซื้ออาหารมารับประทาน	0.70					
DP3	มักจะไม่ชอบทำอาหารรับประทานเอง	0.44					
DP4	มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน เช่น ผน ตก ยามวิกาล ลืมซื้อวัตถุดิบ หรือวัตถุดิบประกอบอาหารหมดในช่วงที่รับประทานอาหาร	0.63					

ตารางที่ 4.25 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจใช้บริการหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax (ต่อ)

สัญลักษณ์ ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ กระบวนการตัดสินใจ ใช้บริการหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
DP5	หาข้อมูลเกี่ยวกับการสั่ง อาหารผ่านแอปพลิเคชัน ด้วยตัวเองก่อนการใช้ บริการ		0.47				63.93
DP6	สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการ สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน จากคนที่เคยใช้		0.68				
DP7	ได้รับการแนะนำเกี่ยวกับ การสั่งอาหารผ่านแอป พลิเคชันจากคนรู้จัก หรือ คนใกล้ตัว		0.76				
DP8	มักจะเปรียบเทียบแอป พลิเคชันที่ให้บริการจัดส่ง อาหารต่าง ๆ โดยคำนึงถึง ประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น ค่าอาหาร ค่าจัดส่ง ส่วนลด ก่อนการใช้บริการสั่งอาหาร เสมอ เป็นต้น			0.70			62.10
DP9	การมีข้อมูลหรือความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่ง อาหารผ่านแอปพลิเคชัน ช่วยให้ประเมินทางเลือก ก่อนการสั่งอาหารผ่านแอป พลิเคชันได้เร็วขึ้น			0.48			
DP10	จะประเมินจากข้อมูลที่มี การแบ่งปันมา (Share) หรือ การรีวิว (Review) ร้าน อาหารนั้น ๆ อยู่เสมอ			0.68			

ตารางที่ 4.25 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจใช้บริการหลังหมุนแกน (Rotated Component Matrix) โดยวิธี Varimax (ต่อ)

สัญลักษณ์ ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ กระบวนการตัดสินใจ ใช้บริการหลังหมุนแกน	Factor					Eigenvalues Cumulative
		1	2	3	4	5	
DP11	การส่งเสริมการตลาดของ แอปพลิเคชัน เช่น ส่งฟรี ส่วนลด ของแถม ทำให้ เลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร ผ่านแอปพลิเคชัน				0.68		64.48
DP12	มักจะมีร้านอาหาร หรือ รายการอาหารที่ต้องการสั่ง ไวโนใจเสมอ				0.56		
DP13	ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง ของแอปพลิเคชัน ทำให้ เลือกใช้บริการในทันที				0.70		
DP14	แนะนำหรือบอกต่อผู้อื่น หลังมีประสบการณ์ในการใช้ บริการจัดส่งอาหาร ผ่านแอปพลิเคชัน					0.55	62.66
DP15	มักจะใช้บริการแอปพลิเคชัน เดิมทุกครั้งที่สั่งอาหาร ผ่านแอปพลิเคชัน					0.62	
DP16	เมื่อได้รับความพอใจจาก การใช้บริการจัดส่งอาหาร ผ่านแอปพลิเคชัน จะใช้ บริการซ้ำอีก					0.70	

จากตารางที่ 4.25 แสดงถึงค่าน้ำหนักองค์ประกอบกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ
ภายหลังหมุนแกน โดยสามารถสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่มต่าง ๆ ได้ดังนี้
องค์ประกอบที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า การตระหนักถึงปัญหา มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่
(1) ไม่ค่อยมีเวลา ทำให้ไม่สะดวกในการทำอาหารเองหรือออกไปซื้ออาหารมารับประทาน (2) ปัญหา
การจราจรทำให้ไม่สะดวกในการออกไปซื้ออาหารมารับประทาน (3) มักจะไม่ชอบทำอาหาร
รับประทานเอง และ (4) มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน เช่น ฝนตก ยามวิกาล ลืมซื้อวัตถุดิบหรือวัตถุดิบ
ประกอบอาหารหมดในช่วงที่รับประทานอาหาร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.51, 0.70, 0.44
และ 0.63 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้ร้อยละ 56.93

องค์ประกอบที่ 2 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า การค้นหาข้อมูล มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) หาข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันด้วยตัวเองก่อนการให้บริการ (2) สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนที่เคยใช้ และ (3) ได้รับการแนะนำเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากคนรู้จัก หรือคนใกล้ตัว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.47, 0.68 และ 0.76 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 63.93

องค์ประกอบที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า การประเมินผลทางเลือก มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) มักจะเปรียบเทียบแอปพลิเคชันที่ให้บริการจัดส่งอาหารต่าง ๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น ค่าอาหาร ค่าจัดส่ง ส่วนลด ก่อนการให้บริการสั่งอาหารเสมอ เป็นต้น (2) การมีข้อมูลหรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ช่วยทำให้ประเมินทางเลือกก่อนการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้เร็วขึ้น และ (3) จะประเมินจากข้อมูลที่มีการแบ่งปันมา (Share) หรือการรีวิว (Review) ร้านอาหารนั้น ๆ อยู่เสมอ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.70, 0.48 และ 0.68 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 62.10

องค์ประกอบที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า การตัดสินใจซื้อ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) การส่งเสริมการตลาดของแอปพลิเคชัน เช่น ส่งฟรี ส่วนลด ของแถม ทำให้เลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (2) มักจะมีร้านอาหาร หรือรายการอาหารที่ต้องการสั่งไว้ในใจเสมอ และ (3) ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ทำให้เลือกใช้บริการในทันที มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.68, 0.56 และ 0.70 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 64.48

องค์ประกอบที่ 5 ซึ่งผู้วิจัยให้ชื่อว่า พฤติกรรมหลังการซื้อ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) แนะนำหรือบอกต่อผู้อื่น หลังมีประสบการณ์ในการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (2) มักจะใช้บริการแอปพลิเคชันเดิมทุกครั้งที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน และ (3) เมื่อได้รับความพอใจจากการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน จะใช้บริการซ้ำอีก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.55, 0.62 และ 0.70 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ได้ร้อยละ 62.66

4.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคและภายนอกตัวผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple linear regression) และคัดเลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธี Enter

ตารางที่ 4.26 ค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคนอกและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.88 ^a	0.78	0.77	0.26	1.92

จากตารางที่ 4.26 สรุปได้ว่า ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคนอกและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคนอกมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมาก ($R = 0.88$) กับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.88 และตัวแปรอิสระสามารถทำนายหรือพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 77 และร้อยละ 23 เป็นผลจากปัจจัยอื่น ๆ และค่าสถิติ Durbin-Watson หากมีค่าเข้าใกล้ 2 กล่าวคือ มีค่าอยู่ในช่วง 1.50-2.50 จะสรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้มีค่า Durbin-Watson = 1.92 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

ตารางที่ 4.27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคนอกและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.12	0.11		1.13	0.26		
ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคนอก (X_1)	0.68	0.04	0.65	17.86	0.00*	0.48	2.08
ปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคนอก (X_2)	0.28	0.04	0.27	7.59	0.00*	0.48	2.08

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคนอก ($\beta=0.65$, $t=17.86$, $p\text{-value} < 0.05$) และปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคนอก ($\beta=0.27$, $t=7.59$, $p\text{-value} < 0.05$) ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคนอกในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากค่าเบต้า (β) พบว่า ตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคนอกในจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุด คือ ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคนอก (X_1) อันประกอบด้วย แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ รองลงมา คือ ปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคนอก (X_2) อันประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชนชั้นทางสังคม ระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต และความปลอดภัยของข้อมูล

เมื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการตรวจค่าสัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่น ๆ (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.19 ค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 5.3 หมายความว่า ตัวแปรอิสระจะไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Hair et al., 2005) โดยปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค และปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.48 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.19 ส่วนค่า VIF เท่ากับ 2.08 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5.3 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยมีความเป็นอิสระต่อกัน และมีความสัมพันธ์กันเองไม่สูงเกินไป ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด จึงยอมรับตัวแปรอิสระเหล่านี้

จากตารางสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ด้วยปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค ซึ่งสามารถแสดงสมการถดถอยพหุคูณด้วยค่าคะแนนดิบ เพื่อใช้ในการพยากรณ์ได้ ดังสมการที่ 4.1

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (4.1)$$

Y = กระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

X₁ = ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค

X₂ = ปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค

b₀ = ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

b₁ = ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยปัจจัยภายใน

b₂ = ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยปัจจัยภายนอก

แทนค่าในสมการที่ 4.1

$$Y = 0.12 + 0.68X_1 + 0.28X_2$$

สมการถดถอยพหุคูณที่แสดงด้วยค่าคะแนนมาตรฐาน สมการที่ 4.2 สามารถเขียนได้ดังนี้

$$Z = \beta_1ZX_1 + \beta_2ZX_2 \quad (4.2)$$

Z = กระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

ZX₁ = ปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค

ZX₂ = ปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค

β_1 = ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค

β_2 = ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค

แทนค่าในสมการที่ 4.2

$$Z = 0.65ZX_1 + 0.27ZX_2$$

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค (X_1) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.65 หมายความว่า หากมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี เพิ่มขึ้น 0.65 หน่วย

ด้านปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภค (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.27 หมายความว่า หากมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี เพิ่มขึ้น 0.27 หน่วย

จากสมการถดถอยพหุคูณด้วยค่าคะแนนมาตรฐาน อธิบายได้ว่า ทั้งปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคและปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} < 0.05$) โดยปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด ($\beta_1 = 0.65$)

คณะบริหารศาสตร มหาวิทยาอุบลราชธานี