

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อ สินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

A Study on Consumer Satisfaction with the Grab Platform Affecting Online Purchasing Decisions in Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Buriram Province

จิราภรณ์ แทนคำ¹ ปรีชา ปาโนรัมย์² กุลกัลยา ศรีสุข³ และปิติพัฒน์ นิตยกุลมพันธ์⁴

Jiraporn Thaenkham¹, Preecha Panoram², Kulkanya Srisuk³

and Pitipat Nittayakamolphon⁴

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

^{2, 3, 4} อาจารย์ประจำหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

¹ Master of the Degree of Master of Economics Program in

Digital Economics, Buriram Rajabhat University

^{2, 3, 4} Lecturer of the Degree of Master of Economics Program in

Digital Economics, Buriram Rajabhat University

Email: 640426065007@bru.ac.th, jiraporn.thaen.yen@gmail.com

Received: Oct. 17, 2024; Revised: Nov. 11, 2025; Accepted: Nov. 21, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรมีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี จำนวน 35,028 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 396 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane โดยการแจกแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เมื่อจำแนกตามอาชีพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แนวทางสำหรับการพัฒนาแพลตฟอร์ม Grab มีดังนี้ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ เว็บไซต์ บุคลากรและการบริการอยู่เสมอ มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และมีการปรับราคาสินค้าให้เหมาะสม

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ แพลตฟอร์ม Grab สินค้าออนไลน์

Abstract

This research aims to study satisfaction and compare consumer satisfaction with the Grab Platform Affecting Online Purchasing Decisions in Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Buriram Province. The objectives are to explore ways to improve the Grab platform in Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Buriram Province. which has both quantitative and qualitative research formats. The population is between 15-60 years old, with 35,028 people. The sample group consisted of 398 residents from Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Buriram Province, using Simple random sampling. Determine the sample size by distributing

questionnaires and using Taro Yamane's success scale. The reliability of the questionnaire was 0.94. Statistics used in the research included percentages, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and Scheffe test for Critical Difference.

The findings revealed that Consumer Satisfaction with the Grab Platform Affecting Online Purchasing Decisions in Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Buriram Province was generally high. Comparisons of consumer satisfaction with the Grab platform differences by occupation were statistically significant at the 0.05 level. Recommendations for improving the Grab platform include continuous development of products, website, personnel, and services, diverse public relations efforts, and adjusting product prices appropriately

Keywords: Satisfaction, Grab Platform, Online products

บทนำ

แพลตฟอร์มดิจิทัลได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันของคนไทยไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสาร การเดินทาง การทำงาน การสั่งอาหาร การจ่ายเงิน การซื้อสินค้า หรือบริการ การดูหนังหรือฟังเพลง หรือการเสฟสื่อและข่าวสาร จึงส่งผลให้การตัดสินใจหลาย ๆ อย่างของผู้บริโภค อาทิ การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นผ่านข้อมูลที่ได้รับจากแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เป็นหลักและด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ในฝั่งของภาคธุรกิจหรือผู้ประกอบการ ต้องมีการปรับเปลี่ยนธุรกิจให้สอดคล้องกับผู้บริโภคและเข้ากับยุคดิจิทัลด้วย โดยแพลตฟอร์มดิจิทัล ก็ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ให้มีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น อาทิ ช่วยให้ผู้ประกอบการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้มากขึ้น สามารถรู้จักกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น และนำไปสู่การที่สามารถวางกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม นอกจากนี้ แพลตฟอร์มดิจิทัล ยังก่อให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาจำนวนมาก (สำนักงาน กสทช, 2567)

แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มบนมือถือที่คนไทยนิยมมากที่สุด 3 อันดับคือ Grab LINE MAN และ food panda ซึ่ง Grab ยังคงรักษาสถานะผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่ง 30% และรายได้ในปี 2566 สูงถึง 15,622 ล้านบาท แม้ว่าอัตราการเติบโตจะไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในขณะที่ LINE MAN ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด 30% เท่ากัน กลับมีรายได้เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยเพิ่มขึ้นจาก 7,802 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 11,634 ล้านบาทในปี 2566 ในขณะที่ Grab และ LINE MAN สามารถสร้างผลกำไรได้ แต่ food panda ยังคงประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม food panda มีแนวโน้มขาดทุนลดลงจาก 3,255 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 522 ล้านบาทในปี 2566 และแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มียอดขายลดลงเนื่องจาก 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านการออกแบบเว็บไซต์ 3. ด้านบุคลากรและการบริการ 4. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และ 5. ด้านราคา ที่ต้องแบ่งกับตลาดอื่น ๆ ถึงแม้ว่าแพลตฟอร์มต่าง ๆ จะเผชิญกับความท้าทายรอบด้าน แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าบริการนี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนไทยในปัจจุบัน การแข่งขันนี้อาจทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์ จากโปรโมชั่นและส่วนลดที่หลากหลาย แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นบททดสอบสำคัญสำหรับผู้ให้บริการที่จะต้องปรับตัวและพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนในระยะยาว (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2567)

แพลตฟอร์ม Grab จึงควรแก้ปัญหาและการพัฒนาการให้บริการในทุก ๆ ด้านคือ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านการออกแบบเว็บไซต์ 3. ด้านบุคลากรและการบริการ 4. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และ 5. ด้านราคา และไม่ว่าจะเป็นวิธีการใช้งานคือ เลือกจุดหมายของผู้บริโภค ปักหมุดสถานที่ปลายทางที่จะให้ไปส่ง เลือกสินค้าที่ต้องการของผู้บริโภค เพื่อลดการรายการ หรือลบเพื่อยกเลิกรายการ ยืนยันการสั่งซื้อสินค้าเพื่อรับอย่างรวดเร็ว ติดตามตำแหน่งแบบเรียลไทม์ผ่าน GPS และยังให้ผู้บริโภคสามารถรายงานปัญหาได้บนแพลตฟอร์ม อีกทั้งยังสามารถให้คะแนนเรตติ้งและสินค้าในด้านต่าง ๆ ได้อีกด้วย เพื่อสร้างความแตกต่างและลักษณะพิเศษ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ดังนั้นเมื่อพิจารณาข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยควรหาแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ให้ดียิ่งขึ้น และนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์และศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์เพื่อให้แพลตฟอร์ม Grab เป็นที่นิยมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการใช้แพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความพึงพอใจแพลตฟอร์ม Grab โดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแพลตฟอร์ม Grab โดยรวมแตกต่างกัน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง เมื่อรู้สึกพึงพอใจหมายความว่าได้รับการตอบสนองความต้องการ สิ่งนี้สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อบรรลุเป้าหมาย (วิชชุตา คัมภีร์เวช, 2556)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทักษะที่ดีของบุคคลที่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ตามความรู้สึกนึกคิดหลังจากได้สินค้าหรือบริการนั้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์บริการ ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์ (2562) ได้กล่าวไว้ เมื่อออกแบบบริการ นักออกแบบผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องคิดถึงวิธีการทำงานของบริการโดยรวม งานออกแบบจึงเน้นการบูรณาการ องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ผลิตภัณฑ์หลัก เป็นองค์ประกอบศูนย์กลางที่เน้นการตอบคำถาม
2. บริการเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์และสามารถทำให้มีค่าและน่าสนใจยิ่งขึ้น
3. กระบวนการจัดส่งเกี่ยวข้องกับการส่งมอบทั้งผลิตภัณฑ์หลักและบริการเสริม ในการออกแบบข้อเสนอบริการที่มีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ นันทน์ภัส จันทรเนียม (2558) วิจัยง่าย ๆ ที่จะช่วยให้เกิดแนวความคิดการออกแบบเว็บไซต์ก็คือ

1. ศึกษาจากเว็บไซต์อื่น ๆ เป็นวิธีที่ง่ายที่สุด
2. ประยุกต์รูปแบบจากสิ่งพิมพ์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ

การบริการ สุภาภรณ์ จินดาวงษ์ (2558) ได้กล่าวว่า กล่าวถึง ลักษณะของบริการตามเกณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ (Service product)
2. บริการส่วนควบหรือบริการส่วนเพิ่ม (Component service)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด สุพิชฌาย์ พรสุขสวัสดิ์ (2563) กล่าวถึงการสื่อสารการตลาดออนไลน์คือวิธีที่บริษัท แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคและทำให้ตระหนักถึงสิ่งที่นำเสนอ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การสื่อสารตลาดออนไลน์เป็นวิธีที่บริษัทหรือร้านค้าต่าง ๆ แบ่งปันข้อมูลกับบุคคลหรือผู้บริโภคที่สนใจในเรื่องนั้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร

การพัฒนาบุคลากร หมายถึง องค์กรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาวิธีที่ทำให้สถานที่ทำงานปลอดภัยและสะอาดยิ่งขึ้น รวมถึงปรับปรุงคุณภาพชีวิตในการทำงานด้วย สิ่งนี้สามารถนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพตลอดจนความก้าวหน้าในตำแหน่งและองค์กรโดยรวม (สุรศักดิ์ ยุทธนานุกูล, 2558)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การพัฒนาบุคลากร หมายถึง การที่องค์กรหรือธุรกิจได้มีการประเมินบุคลากรแล้ว ได้พัฒนาบุคลากรให้ดีขึ้น โดยมีการปรับปรุงสิ่งที่บุคลากรบกพร่องในเรื่องนั้น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับราคา

ราคา หมายถึง ราคาของผลิตภัณฑ์ คือ ต้นทุนของลูกค้า ซึ่งรวมถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น ราคาของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนถึงต้นทุนที่เกี่ยวข้อง และที่สำคัญยังคำนึงว่าลูกค้าให้คุณค่ากับสินค้า (ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด, 2564)

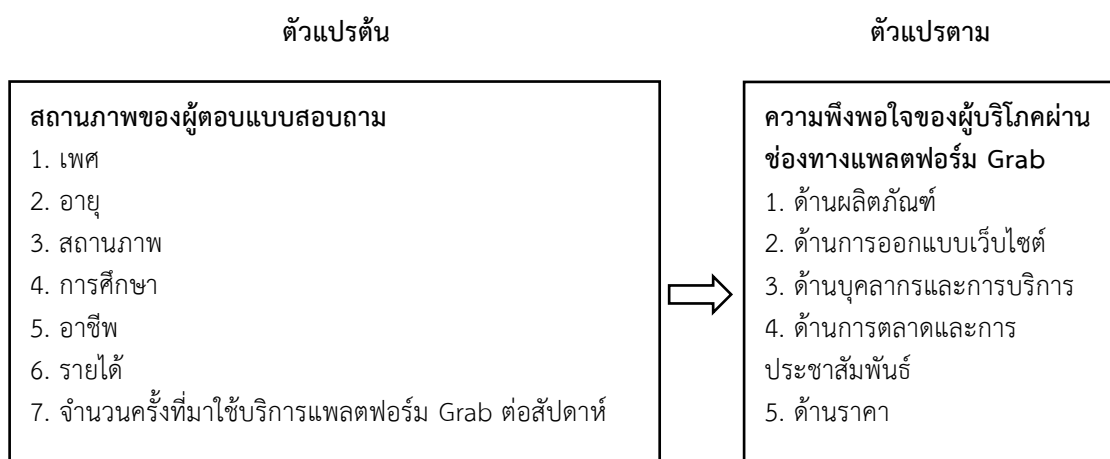
จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ราคา หมายถึง สิ่งที่มีผู้ประกอบการกำหนดรายได้ของกิจการได้โดยพิจารณาจากต้นทุน ซึ่งราคาเป็นส่วนสำคัญของตลาด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Abdul Rahman Ami Sukmawardani &Nodia Arza Fahiran. (2022) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ระบบสั่งอาหารด่วนผ่านแอปพลิเคชันมือถือ โดยมีการศึกษาปัญหา และมีการปรับปรุงและปัญหาหลายประการที่ต้องแก้ไขเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้นและการบริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น มีคำแนะนำ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้นเมื่อได้รับประสบการณ์การซื้อที่ดี สิ่งนี้จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความสุขมากขึ้น

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ รวมประชากร อายุ 15 – 60 ปี จำนวน 35,028 คน และประชากรแฝง ข้อมูลจาก

เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ (2566) โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane จึงเลือกผู้บริโภคนับจำนวน 396 คน ซึ่งการวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาแบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยได้รับคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาทางเครื่องมือ ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่มาใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab เป็นลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check Lists) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ 3) ด้าน บุคลากรและการบริการ 4) ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และ 5) ด้านราคา โดยมีความครอบคลุมกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.94 ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแพลตฟอร์ม Grab ของผู้บริโภคที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาเอกสาร บทความและรายงานการวิจัย นำข้อมูลสร้างแบบสอบถามเสนอประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น นำแบบสอบถามไปทดลองให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ตำบลลำปลายมาศ อ.ลำปลายมาศ จ.บุรีรัมย์ แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach Alpha Procedure)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนคือ 1) ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ส่งถึงนายกเทศมนตรีเมืองบุรีรัมย์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ 2) ผู้วิจัยนำแบบวิจัย แบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลตามเป้าหมายกับผู้บริโภคแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 3) ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม และได้แบบสอบถามกลับคืน จำนวน 396 ฉบับ คิดเป็นจำนวน 100 %

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการหาค่าที่ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe test for Critical Difference) สัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach Alpha Procedure)

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe test for Critical Difference)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การศึกษาสภาพทั่วไปของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวนครั้งที่มาใช้

บริการแพลตฟอร์ม Grab ต่อสัปดาห์ 2 ครั้ง จากข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถามข้างต้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์แล้วได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.34	0.75	มาก	1
2. ด้านการออกแบบเว็บไซต์	4.15	0.78	มาก	4
3. ด้านบุคลากรและการบริการ	4.20	0.76	มาก	3
4. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์	4.20	0.72	มาก	3
5. ด้านราคา	4.27	0.76	มาก	2
รวมเฉลี่ย	4.23	0.67	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน โดยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.27$) ส่วนด้านบุคลากรและการบริการและด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.20$) และสุดท้ายด้านการออกแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.15$)

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีอาชีพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงได้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	0.00*
2. ด้านการออกแบบเว็บไซต์	5.79	0.00*
3. ด้านบุคลากรและการบริการ	2.81	0.02*
4. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์	4.68	0.00*
5. ด้านราคา	3.37	0.01*
รวมเฉลี่ย	4.77	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ และ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากรและการบริการ และด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ ดังตารางที่ 3-8 ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพโดยรวมเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
		4.31	4.24	4.25	3.93	4.35	3.54
นักเรียน/นักศึกษา	4.31	-	0.42	0.65	0.00*	0.63	0.00*
พนักงานบริษัท	4.24	-	-	0.88	0.01*	0.22	0.00*
ธุรกิจส่วนตัว	4.25	-	-	-	0.02*	0.42	0.00*
รับจ้างทั่วไป	3.93	-	-	-	-	0.00*	0.10
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.35	-	-	-	-	-	0.01*
อื่นๆ โปรตระกูล	3.54	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ โปรตระกูล อาชีพพนักงานบริษัท กับ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ โปรตระกูล อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ โปรตระกูล อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ สุดท้ายอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อื่นๆ โปรตระกูล มีความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ โปรด ระบุ
		4.33	4.39	4.48	4.02	4.45	3.71
นักเรียน/นักศึกษา	4.33	-	0.57	0.27	0.02*	0.27	0.02*
พนักงานบริษัท	4.39	-	-	0.49	0.01*	0.55	0.01*
ธุรกิจส่วนตัว	4.48	-	-	-	0.00*	0.84	0.00*
รับจ้างทั่วไป	4.02	-	-	-	-	0.00*	0.25
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.45	-	-	-	-	-	0.00*
อื่นๆ โปรตระกูล	3.71	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ โปรดระบุ อาชีพพนักงานบริษัท กับ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ โปรดระบุ อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ โปรดระบุ

อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ สุดท้ายอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อื่นๆ โปรตระบุญ มีความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ ด้านการออกแบบเว็บไซต์เป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ โปร ตระบุญ
		4.21	4.17	4.22	3.81	4.31	3.16
นักเรียน/นักศึกษา	4.21	-	0.72	0.90	0.00*	0.34	0.00*
พนักงานบริษัท	4.17	-	-	0.69	0.01*	0.19	0.00*
ธุรกิจส่วนตัว	4.22	-	-	-	0.01*	0.53	0.00*
รับจ้างทั่วไป	3.81	-	-	-	-	0.00*	0.02*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ							
อื่นๆ โปรตระบุญ	3.16	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ รับจ้างทั่วไปและ อื่น ๆ โปรตระบุญ อาชีพพนักงานบริษัท กับ รับจ้างทั่วไป และอื่น ๆ โปรตระบุญ อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ รับจ้างทั่วไป และอื่น ๆ โปรตระบุญ อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอื่น ๆ โปรตระบุญ สุดท้ายอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อื่น ๆ โปรตระบุญ มีความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการออกแบบเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพด้านบุคลากรและการบริการเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ โปร ตระบุญ
		4.28	4.20	4.24	3.89	4.29	3.69
นักเรียน/นักศึกษา	4.28	-	0.42	0.76	0.00*	0.91	0.03*
พนักงานบริษัท	4.20	-	-	0.76	0.02*	0.39	0.05
ธุรกิจส่วนตัว	4.24	-	-	-	0.03*	0.70	0.04*
รับจ้างทั่วไป	3.89	-	-	-	-	0.01*	0.46
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.29	-	-	-	-	-	0.02*
อื่นๆ โปรตระบุญ	3.69	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ รับจ้างทั่วไปและ อื่น ๆ โปรตระบุญ อาชีพพนักงานบริษัท กับ รับจ้างทั่วไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ รับจ้างทั่วไป และอื่น ๆ โปรตระบุญ อาชีพรับจ้าง

ทั่วไป กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ สุดท้ายอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อื่น ๆ โพรตระบุ มีความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านบุคลากรและการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ โพรต ระบุ
		4.31	4.18	4.09	3.89	4.36	3.58
นักเรียน/นักศึกษา	4.31	-	0.17	0.09	0.00*	0.64	0.00*
พนักงานบริษัท	4.18	-	-	0.47	0.02*	0.09	0.01*
ธุรกิจส่วนตัว	4.09	-	-	-	0.18	0.04*	0.04*
รับจ้างทั่วไป	3.89	-	-	-	-	0.00*	0.23
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.36	-	-	-	-	-	0.00*
อื่นๆ โพรตระบุ	3.58	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ รับจ้างทั่วไป และอื่น ๆ โพรตระบุ อาชีพพนักงานบริษัท กับ รับจ้างทั่วไป และอื่น ๆ โพรตระบุ อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอื่น ๆ โพรตระบุ อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ สุดท้ายอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อื่น ๆ โพรตระบุมีความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามอาชีพ ด้านราคาเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ โพรต ระบุ
		4.40	4.24	4.24	3.04	4.35	3.58
นักเรียน/นักศึกษา	4.40	-	0.10	0.21	0.01*	0.60	0.00*
พนักงานบริษัท	4.24	-	-	0.97	0.12	0.32	0.01*
ธุรกิจส่วนตัว	4.24	-	-	-	0.21	0.42	0.02*
รับจ้างทั่วไป	4.04	-	-	-	-	0.02*	0.10
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.35	-	-	-	-	-	0.00*
อื่นๆ โพรตระบุ	3.58	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ รับจ้างทั่วไป และอื่น ๆ โพรตระบุ อาชีพพนักงานบริษัท กับ อื่น ๆ โพรตระบุ อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ อื่น ๆ โพรตระบุ อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ ราชการ/

รัฐวิสาหกิจ สุดท้ายอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ อื่น ๆ โปรตระกูล มีความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแพลตฟอร์ม Grab

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอว่าควรมีสินค้าใหม่ที่ น่าสนใจเข้ามาเรื่อย ๆ รักษาสินค้าให้สดใหม่สวยงามอยู่เสมอมีคุณภาพ และสินค้าควรมีรูปทรงสวยงาม น่าสนใจ

แนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ คือ ควรหาสินค้ามาทุกรูปแบบไว้ในแพลตฟอร์ม Grab และควรตรวจคุณภาพของสินค้าสม่ำเสมอ

ด้านการออกแบบเว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอว่าควรออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามสีย่าน่าน่าอ่านมีรูปภาพประกอบ น่าสนใจ

แนวทางการพัฒนาด้านการออกแบบเว็บไซต์ คือ ควรออกแบบเว็บไซต์ให้เข้ากับบริบทและมีกราฟิกสวยงาม น่าสนใจ

ด้านบุคลากรและการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอว่าการบริการควรสนใจรายละเอียดของลูกค้าทุกครั้ง ที่สั่งซื้อ และพนักงานควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีตลอดเวลา

แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรและการบริการ คือ ควรฝึกอบรมการบริการของบุคลากรอยู่เสมอให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และดูแลปัญหาของผู้บริโภคเป็นอย่างดีเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้น

ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอว่าควรมีส่วนลด ประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าอยู่เสมอ และแจ้งสินค้าที่ใหม่

แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ คือ ควรหาโปรโมชั่นและการโฆษณาที่เข้ากับสถานการณ์อยู่เสมอ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอว่าราคาของสินค้าควรเข้ากับปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันเพื่อให้ผู้บริโภคดำรงชีวิตได้ปกติ และควรลดราคาค่าจัดส่งมีการชำระสินค้าที่ง่ายสำหรับผู้บริโภค

แนวทางการพัฒนาด้านราคา คือ ควรหาสินค้าที่มีคุณภาพต้นทุนไม่สูงมาขาย ศึกษาระยะเวลาการจัดส่ง และสอนวิธีการชำระเงินในแพลตฟอร์มที่ชัดเจนขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทาง แพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้อภิปรายผล ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน โดยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านราคา ส่วนด้านบุคลากรและการบริการและด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เท่ากัน และสุดท้ายด้านการออกแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะมีผลิตภัณฑ์จำนวนมาก ราคาคุ้มค่ากับสินค้าที่จ่ายไป มีโปรโมชั่นที่คุ้มค่า พนักงานบริการดี และแพลตฟอร์มใช้งานง่าย สอดคล้องกับ ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P) ในการสั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) ว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ปรากฏการวิเคราะห์ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา พบว่า โดยรวม

อยู่ในระดับ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคคล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับ ระวีวรรณ เวียงตา (2560) ได้ศึกษาการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ ในการส่งเสริมการขาย และค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab พบว่า ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายต่อบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีระดับอาชีพต่างกัน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะอาชีพมีความพึงพอใจสินค้าต่างกัน ค่านิยมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับ พัทธหทัย จารุทวีผลกุล (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันเนื่องจากอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป หรือราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีเวลาพักที่จำกัด ไม่สะดวกในการออกไปรับประทานอาหารตามสถานที่ต่าง ๆ จึงมาใช้บริการแอปพลิเคชันของบริษัทฟู้ดแพนด้า และสอดคล้องกับ ชิณณพงศ์ สุกง่า (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อสื่อที่ใช้ในการซื้อสินค้าแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับ H, ปฏิเสธ Ho และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. แนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ควรหาสินค้ามาทุกรูปแบบไว้ในแพลตฟอร์ม Grab และควรตรวจสอบคุณภาพของสินค้าสม่ำเสมอ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ควรออกแบบเว็บไซต์ให้เข้ากับบริบท และมีกราฟิกสวยงามน่าสนใจ ด้านบุคลากรและการบริการ ควรฝึกอบรมการบริการของบุคลากรอยู่เสมอให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และดูแลปัญหาของผู้บริโภคเป็นอย่างดีเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้น ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ควรหาโปรโมชั่นและการโฆษณาที่เข้ากับสถานการณ์อยู่เสมอ และด้านราคา ควรหาสินค้าที่มีคุณภาพต้นทุนไม่สูงมาขาย ศึกษาระยะเวลาการจัดส่ง และสอนวิธีการชำระเงินในแพลตฟอร์มที่ชัดเจนขึ้น มีการพัฒนาเนื่องจากจะทำให้ดีกว่าเดิม สอดคล้องกับ ญัณฐนันท์ สุกงศ์ชัย (2564) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ของอาหารคลีนบนโซเชียลคอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม พบว่า การสร้างความผูกพันกับลูกค้านั้น ส่งผลต่อความต้องการซื้อซ้ำมากที่สุดในทุกปัจจัย ซึ่งสอดคล้องกับจุดเด่นของระบบบนโซเชียลแพลตฟอร์มที่เปิดให้ผู้บริโภคมีโอกาสสร้างปฏิสัมพันธ์กัน จึงถือว่าเป็นพื้นที่บนโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางมีความเอื้ออำนวยสูง ที่จะสร้างความสัมพันธ์ต่อบริษัทและผู้ซื้อและผู้ขายได้เป็นอย่างดี ในที่นี้กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อเรื่องจิตสำนึกคุณค่าอยู่ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทั้งในเรื่องของความคุ้มค่าและการได้ประโยชน์สูงสุดกับเงินที่จ่ายได้ ดังนั้นความผูกพันลูกค้าเป็นการสร้างให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความพึงพอใจและรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ได้รับมากกว่า จึงส่งผลมากที่สุดต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ และสอดคล้องกับ สุธาสิณี ตุลานนท์ (2562) ได้ศึกษการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ และด้านความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ อาจเป็นเพราะว่าผู้จำหน่ายสินค้าที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ ด้านความซื่อตรง ด้านความมั่นคงสม่ำเสมอ และด้านความเต็มใจ นอกจากนี้ การที่ลูกค้าจะมีความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการนั้น ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตามต่อลูกค้า เช่น ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ผู้ให้บริการควรขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าด้วยราคาที่ยุติธรรมวางโครงสร้างกำไรตามความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ควรรักษาคำมั่นสัญญากับลูกค้าตามที่ตกลงกันอย่างซื่อตรง ทั้งในเรื่องของคุณภาพ จำนวน ราคา เงื่อนไข ความรับผิดชอบต่าง ๆ ตามจริง ต้องมีความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ดังนี้

1. จากวัตถุประสงค์ 1 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความพึงพอใจแพลตฟอร์ม Grab โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นธุรกิจออนไลน์ควรรักษาระดับความพึงพอใจไว้หรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

2. จากวัตถุประสงค์ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแพลตฟอร์ม Grab โดยรวมแตกต่างกัน ดังนั้นธุรกิจออนไลน์ควรเน้นลักษณะสินค้าไปยังเพศนั้น ๆ

3. จากวัตถุประสงค์ 3 ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ควรหาสินค้ามาทุกรูปแบบไว้ในแพลตฟอร์ม Grab และควรตรวจคุณภาพของสินค้าสม่ำเสมอ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ควรออกแบบเว็บไซต์ให้เข้ากับบริบท และมีกราฟิกสวยงาม น่าสนใจ ด้านบุคลากร และการบริการ ควรฝึกอบรมการบริการของบุคลากรอยู่เสมอให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และดูแลปัญหาของผู้บริโภคเป็นอย่างดีเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้น ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ควรหาโปรโมชั่นและการโฆษณาที่เข้ากับสถานการณ์อยู่เสมอ และด้านราคา ควรหาสินค้าที่มีคุณภาพต้นทุน ไม่สูงมาขาย ศึกษาระยะทางการจัดส่ง และสอนวิธีการชำระเงินในแพลตฟอร์มที่ชัดเจนขึ้น มีการพัฒนาเนื่องจากจะทำให้ดีกว่าเดิม ควรมีแผนการปรับราคาสินค้าและบริการของแพลตฟอร์ม Grab ให้ทันต่อราคาค่าต้นทุนของสินค้าและบริการ ดังนั้นธุรกิจออนไลน์ควรพัฒนาการบริการในแต่ละด้านให้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ในตำบลและอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

2. ควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจทางแพลตฟอร์มออนไลน์ อื่น ๆ ของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

3. ควรศึกษาพฤติกรรมและการแก้ปัญหาของผู้บริโภคผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Grab ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

เอกสารอ้างอิง

ชัชดาภรณ์ จอมโคกรวด. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร ในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง

จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชิษณุพงศ์ สุกก่า. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคใน

อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐฐาน์ สุกุลพงศ์ชัย. (2564). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ของอาหารคลีนบนโซเชียล

คอมเมอร์เชียลแพลตฟอร์ม. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

เทศบาลเมืองบุรีรัมย์. (2566). ที่ตั้งและประชากร. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566, จาก

<https://www.buriramcity.go.th>.

อัญลักษณ์ เพชรประดับสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอป

พลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นันทน์มาส จันทร์เนียม. (2558). การศึกษาและพัฒนาออกแบบเทมเพลตสำหรับเว็บไซต์เพื่อการออกแบบพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ประเภทผู้บริโภคกับผู้บริโภค. ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พัชรพิทย จารุทวีผลบุญกุล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3 (2), 63.
- ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ระวีวรรณ เวียงตา. (2560). การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายและค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab (Grab Food). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิษุตา คัมภีร์เวช. (2556). ความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อการจัดการสถานศึกษาของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2567). Food Delivery ไทยปี 2567 การแข่งขันที่รุนแรงกับความท้าทายในการทำธุรกิจ. สืบค้น 31 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/detail/66277>.
- สำนักงาน กสทช. (2567). อิทธิพลของแพลตฟอร์มดิจิทัล สื่อกกลางที่จำเป็นต้องมีการกำกับดูแล. สืบค้น 31 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.timeconsulting.co.th/what-is-digitalplatforms>.
- สุธาสนี ตุลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุพิชฌาย์ พรสุขสวัสดิ์. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT+) ชาวต่างชาติ. ดุษฎีนิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุภาภรณ์ จินตวาทษ์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาที่ 209. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุรศักดิ์ ยุทธนานุกุล. (2558). ความต้องการพัฒนาบุคลากรของข้าราชการครูโรงเรียนวังน้ำเย็นวิทยาคมสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Abdul Rahman Ami Sukmawardani & Nodia Arza Fahiran. (2022). Implications Of Using Grab Food Applications On Consumer Satisfaction. *Journal Of Humanities*, 1(4), 4.