



18
มกราคม
2561

การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแส
การเปลี่ยนแปลงผ่านสู่ยุค Thailand 4.0”
ณ โรงแรมโพธิ์วิลล รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช

สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช รหัสไปรษณีย์ 57100

☎ โทรศัพท์ : 053-702870 ต่อ 10
☎ โทรศัพท์มือถือ : 09-5126-8181, 08-8519-5290
✉ E-mail : jtongrak@gmail.com



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ
การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
กลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐” เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย ประกอบด้วย

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ พิจารณา กลั่นกรอง บทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ และให้
ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ผลงานแต่ละเรื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับชาติ ทั้งเนื้อหา ภาษา และรูปแบบการ
เขียนผลงาน

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร)
รองอธิการบดี รักษาราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกฤษต์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา อุปโยคิน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๗. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งนภา เทพภาพ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลีน อุนวิจิตร
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.เปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๔. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๕. อาจารย์ ดร.สมเกียรติ อินทสิงห์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๑๖. อาจารย์ ดร.กานต์รวี บุษยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอากานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรีพันธ์ พันธุ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองคณบดีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุตาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๙. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๒๐. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์เพ็ชรสวัสดิ์ กันคำ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ศศิพัชร เมฆรา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์อิทธิพิทธ์ เรืองกิจวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๔. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๕. อาจารย์จามรี พระสุนิล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนักวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
วิพากษ์บทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ทั้งภาคบรรยายและ
ภาคโปสเตอร์งานสังคมนศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand
๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ดังต่อไปนี้

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ วิพากษ์ ให้ข้อเสนอแนะ การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

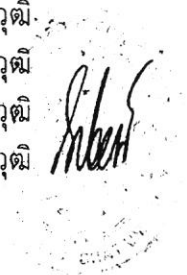
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วนนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยพันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พีชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตริเอกานุกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิณ พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.เปนต์ มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.ปรมินทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤกษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๑. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๒. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๓. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๔. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๕. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๖. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๔/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)
การประชุมสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๕๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทรพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วน)

รองอธิการบดี รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่

Factors influencing intention to re-purchases clean food delivery

อสมภรณ์ ปานนิม^{1*} รัฐพงษ์ ศรีช่วย² และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี³

Asmaporn Pannim^{1*} Ratapong Srichoy² and Kedwadee Sombultawee³

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศจังหวัดเพชรบุรี

² นักศึกษา สาขาการตลาด คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศจังหวัดเพชรบุรี

³ อาจารย์สาขาการตลาด คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศจังหวัดเพชรบุรี

*Corresponding author. E-mail: yok2112538@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ และวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ซึ่งสร้างสมการพยากรณ์โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ บุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่ใช้บริการอาหารคลีนเดลิเวอรี่ และอาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ได้รับความร่วมมือจากร้านอาหารคลีนเดลิเวอรี่ที่เป็นที่นิยมของคนในพื้นที่ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.966 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ผลการวิจัยคือ ด้านการรับรู้คุณภาพ(X_1) ด้านการติดต่อสื่อสาร (X_2) ด้านจรรยาบรรณการขาย(X_3) ด้านกลยุทธ์ราคา(X_4) ด้านคุณภาพสินค้า (X_5)ส่งผลกระทบต่อปัจจัยซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่(Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสมการพยากรณ์คือ $Y = 0.131 + (0.406)X_1 + (0.116)X_2 + (0.010)X_3 + (0.103)X_4 + (0.241)X_5$

คำสำคัญ: อาหารคลีน เดลิเวอรี่ การตั้งใจซื้อซ้ำ

Abstract

This research aims to study the decision to purchase a clean food delivery. And analyzes the factors that influence the quality of services intended to purchase clean food delivery. This equation prediction using quantitative research. The sample used is Individuals, both male and female. Serve clean food delivery. And live in Nakhon Pathom 400. With collaboration from the restaurant clean delivery that is popular with local people. The instrument used in this study was a questionnaire with a coefficient equal to 0.966 sentiment data was analyzed using multiple regression analysis. The study indicated that Most respondents were female, single, A bachelor's degree, Professionals/students, Earn less than 15,000 baht. The perceived quality (X_1) communications (X_2) ethical sales (X_3) strategic price

(X_4) product quality. (X_5) affect the purchase intent over a clean delivery (\hat{Y}), a significant 0.05 and the prediction is $\hat{Y} = 0.05 + 0.131(0.406) + X_1(0.116) + X_2 + (0.010)X_3 + (0.103)X_4 + (0.241)X_5$.

Keywords: Clean food, delivery, re-purchases

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัยมากกว่าอดีต ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันชอบความสะดวกสบายรวดเร็ว มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ เกิดจากการที่วิถีชีวิตทางสังคมที่เปลี่ยนไป ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดจึงได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย (อินทรชัย พาณิชกุล, 2558) อาหารที่ปรุงไว้แล้ว สามารถเสิร์ฟให้กับลูกค้าได้ในทันที หรือใช้เวลาอันสั้นมากในการเตรียมก่อนเสิร์ฟ เพราะอาหารเหล่านี้ ถูกเตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูป หรือเกือบสำเร็จรูปแล้ว เมื่อลูกค้าสั่งจะเหลือแค่ขั้นตอนสุดท้าย การอุ่นเท่านั้น ซึ่งใช้เวลาไม่กี่นาที จึงเรียกว่า “อาหารจานด่วน” ซึ่งบางชนิดอาจมีสารอาหารครบถ้วน เพราะอาหารประเภทนี้ จำแนกได้ด้วยความเร็วของการเสิร์ฟ จึงไม่เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ แต่ส่งผลเสียต่อสุขภาพเป็นอย่างมาก กระแสสุขภาพในปัจจุบันได้รับความนิยม ผู้บริโภคหันมาใส่ใจดูแลเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น “คลีนฟู้ด” (Clean Food) จึงเริ่มเป็นที่นิยม เพราะเป็นอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ มีความปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อน ครบ 5 หมู่ (ภาวิณี เทพคำราม, 2557) การสร้างธุรกิจอาหารคลีน “คลีนฟู้ด” (Clean Food) เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพตนเอง

อาหารเพื่อสุขภาพยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เป็นธุรกิจที่สามารถเลือกลงทุนได้หลายแบบ ซึ่งเห็นได้ในปัจจุบันที่มีการลงทุนอาหารสุขภาพทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ มีการทำอาหารสุขภาพหรืออาหารคลีนจำหน่าย ทั้งระบบการขายหน้าร้านและระบบการขายออนไลน์ที่มีบริการส่งถึงที่ ซึ่งกระแสนิยมการทำธุรกิจอาหารคลีนมีความน่าสนใจ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้มีคู่แข่งน้อยราย ส่วนใหญ่จะเป็นร้านแบบออนไลน์มากกว่าการเปิดเป็นร้านอาหาร หรือการปรุงแล้วมาวางขายเหมือนอาหารประเภทอื่นๆ และมีราคาที่สูงกว่าอาหารปกติแต่ไม่สูงเกินกว่าที่จะสามารถซื้อรับประทานได้ ทุกมือ ดังนั้น เรื่องของอาหารสุขภาพ นำลงทุนแต่ต้องศึกษาข้อมูลด้านต่างๆให้ละเอียด ทั้งด้านโภชนาการ การตลาด และการหาทำเลหรือสถานที่สำหรับขาย แม้ว่าโลกออนไลน์จะเป็นช่องทางที่ประหยัดและเข้าถึงกลุ่มคนได้ง่าย แต่เกิดการแข่งขันที่สูง ซึ่งหากมีการเปิดช่องทางใหม่ๆ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น (moneyhub, 2558)

ช่องทางสั่งซื้ออาหารแบบเดลิเวอรี่เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในความสะดวกและซื้อซ้ำ Kim, Galliers, Shin, Han & Kim (2012) ได้อธิบายการตั้งซื้อซ้ำไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลมาจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ธวัชพร สง่าขานเหนือ (2556) ได้กล่าวว่า บริการที่ลูกค้ารับรู้ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ โดยวัดจากคุณภาพระบบ และคุณภาพการบริการ สามารถแบ่งเป็นด้านความปลอดภัย ความเข้าใจง่าย ความน่าเชื่อถือ Vieira (2013) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อโดยอาศัยวิธีการต่าง ๆ ที่เป็นการสื่อให้รู้ถึงสิ่งหนึ่งให้อีกคนหนึ่งได้รับรู้ การสื่อสารหลากหลายที่สามารถสื่อความหมายกันได้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน Vieira (2013) กล่าวว่า จรรยาบรรณการขายของพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลโดยตรงกับองค์กรนั้น จรรยาบรรณการขายที่ดีจะส่งผลในด้านบวกให้กับองค์กร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกลยุทธ์ราคา Forman & Hunt (2013) กล่าวว่า กลยุทธ์ด้านราคา หมายถึง กลยุทธ์ที่เป็นสิ่งที่กำหนดราคาเพื่อตอบสนองกับสิ่งเร้าหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อหรือทำการทดลองใช้สินค้า บริษัทควรเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสินค้า และปัจจัยคุณภาพสินค้า Lotfi, Mukhtar, Sahran & Taei (2013) กล่าวว่า แนวคิดของคุณภาพผลิตภัณฑ์ในกรอบแนวความคิดเกี่ยวข้องกับการจัดสรรของข้อมูล เนื้อหา หรือความถูกต้องของการประมวลผลข้อมูลตามห่วงโซ่ของทรัพยากรการผลิตที่เชื่อมโยงความต้องการของลูกค้า

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ เนื่องจากธุรกิจอาหารคลีนเป็นที่นิยมและเป็นที่สนใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ที่หันมาดูแลสุขภาพ ประกอบกับผู้บริโภคในปัจจุบันมีความต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบายในรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอรี่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ผู้วิจัยจึงอยากทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ เพื่อเป็นประโยชน์ด้านการวางแผนการขายต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอรี่ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี SERVQUAL (Parasuraman et al. 1988)

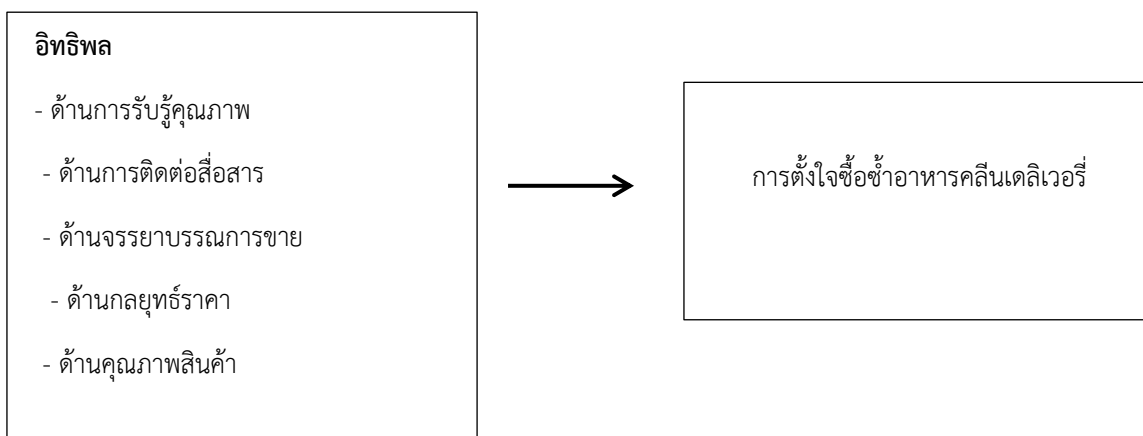
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่

สมมติฐานการวิจัย

1. อิทธิพลด้านการรับรู้คุณภาพมีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่
2. อิทธิพลด้านการติดต่อสื่อสารมีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่
3. อิทธิพลด้านจรรยาบรรณการขายมีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่
4. อิทธิพลด้านกลยุทธ์ราคามีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่
5. อิทธิพลด้านคุณภาพสินค้ามีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่

กรอบแนวคิดงานวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทยที่บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

z หมายถึง ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

โดยเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการขอความร่วมมือกับร้านที่ขายอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ที่เป็นที่ยอมรับในจังหวัดนครปฐม มีด้วยกัน 2 ร้าน Clean food kitchen และ Clean food delivery โดยให้ทางร้านใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ร้านละ 200 ตัวอย่าง เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย โดยออกแบบ แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ตามที่กำหนดไว้

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดตอบเองประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ จำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามชนิดให้เลือกตอบ โดยมีตัวเลือกให้ผู้บริโภคเลือกตอบตรงความต้องการของตนเอง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ ทฤษฎี SERVQUAL (Parasuraman et al. 1988) จำนวน 24 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้านได้แก่ ด้านการรับรู้คุณภาพ (Perceived Quality) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Quality) ด้านจรรยาบรรณการขาย (Selling Ethics) ด้านกลยุทธ์ราคา (Price Strategy) ด้านคุณภาพสินค้า (Product Quality) เป็นคำถามชนิดให้เลือกตอบ โดยเป็นมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวของ likert scale คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ เป็นคำถามชนิดให้เลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ โดยเป็นมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวของ likert scale คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมีปัจจัยอื่นใดบ้าง ที่น่าจะส่งผลต่อการตั้งใจซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ จำนวน 1 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และได้รับตอบกลับ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 หลังจากได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ออกมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และแปลผลความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยนำมาใช้สำหรับการบรรยายผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับส่วนของข้อมูลทั่วไปและและข้อมูลพฤติกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าสถิติพรรณนาประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ด้วยวิธีทางสถิติโดยการ วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ตาม แนวทางของคุณประสพชัย พสุนนท์ (2553)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือในการศึกษาวิจัย ถือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเครื่องมือการวิจัยจะสะท้อนถึงวัตถุประสงค์และความน่าเชื่อถือของงานวิจัย อีกทั้งการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือไม่สามารถแยกส่วนออกจากกันได้ แต่ต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือสำหรับวัดการศึกษาวิจัยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเรียนปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อขอคำแนะนำ และทำการปรับปรุงแก้ไขจนมั่นใจว่าเนื้อหานั้นมีความเที่ยงตรง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงต้องนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล และนำข้อบกพร่องมา

ปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.966 แสดงว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง และแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ มีวัตถุประสงค์ว่า เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามได้ผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.8) อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 77.3) เป็นสถานภาพโสด (ร้อยละ 92.3) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 77) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 80) มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 78)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่โดยเฉลี่ยในการบริโภคน้อยกว่า 10 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 57.3) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 200 บาท (ร้อยละ 59) สาเหตุที่เลือกซื้อ 2 ปัจจัยคือมีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อ (ร้อยละ 28.5) และ สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า (ร้อยละ 28.5) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 35.5) รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น Facebook Instagram และเว็บไซต์ ฯลฯ (ร้อยละ 61.5) ยากให้จัดโปรโมชั่นลดราคา/บัตรส่วนลด (ร้อยละ 51.8)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านการรับรู้คุณภาพ, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านจรรยาบรรณการขาย, ด้านกลยุทธ์ราคา และด้านคุณภาพสินค้า พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (Mean=4.08 และ S.D.=0.51) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้คุณภาพ (Mean = 4.12 และ S.D.=0.55), ด้านการติดต่อสื่อสาร (Mean=4.13 และ S.D.=0.53), ด้านจรรยาบรรณการขาย (Mean = 4.03 และ S.D.=0.64), ด้านกลยุทธ์ราคา (Mean = 4.03 และ S.D.=0.60), และด้านคุณภาพสินค้า (Mean = 4.08 และ S.D.=0.57)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก (Mean = 4.06 และ S.D.=0.62) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตั้งใจที่จะซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ต่อไป (Mean = 4.15 และ S.D.=0.74), มีความตั้งใจที่จะได้รับข้อมูลอาหารคลีนเดลิ (Mean = 4.04 และ S.D.=0.67), มีความตั้งใจที่จะแนะนำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ให้กับคนที่ทำรู้จัก (Mean = 4.07 และ S.D.=0.73) ตั้งใจที่จะซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่เป็นประจำ (Mean = 4.03 และ S.D.=0.72) และไม่มีเหตุผลที่ไม่คาดฝันท่านตั้งใจจะซื้ออาหารคลีนเดลิเวอรี่ต่อไป (Mean = 4.02 และ S.D.=0.77)

ส่วนที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของคุณภาพการบริการของอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของอิทธิพลของอาหารคลีนเดลิเวอรี่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	96.531	5	19.306	124.044	0.00
ส่วนที่เหลือ (Residust)	61.322	394	0.156		
Total	157.852	399			

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 1 พบว่าของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ จากทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้คุณภาพ, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านจรรยาบรรณการขาย, ด้านกลยุทธ์ราคา และด้านคุณภาพสินค้า ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเมื่อใช้ปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นหลายตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant		0.131	0.164		0.801	0.042
ด้านการรับรู้คุณภาพ	X ₁	0.462	0.068	0.406	6.792	0.000
ด้านการติดต่อสื่อสาร	X ₂	0.136	0.059	0.116	2.306	0.022
ด้านจรรยาบรรณการขาย	X ₃	0.010	0.047	0.010	0.203	0.008
ด้านกลยุทธ์ราคา	X ₄	0.108	0.058	0.103	1.842	0.007
ด้านคุณภาพสินค้า	X ₅	0.263	0.062	0.241	4.221	0.000

R = 0.637 , R Square = 0.406 , Adjusted R Square = 0.395 , Std. Error of the Estimate = 0.489

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ได้แก่ ด้านการรับรู้คุณภาพ, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านจรรยาบรรณการขาย, ด้านกลยุทธ์ราคา และด้านคุณภาพสินค้า ดังปรากฏในตารางที่ 2

และจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณสามารนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์คุณภาพการบริการของอาหารคลีนเดลิเวอรี่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ทั้ง 5 ด้านดังนี้

$$\hat{Y} = 0.131 + (0.462)X_1 + (0.136)X_2 + (0.010)X_3 + (0.108)X_4 + (0.263)X_5$$

เมื่อ \hat{Y} แทน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่

X_1 แทน ด้านการรับรู้คุณภาพ

X_2 แทน ด้านการติดต่อสื่อสาร

X_3 แทน ด้านจรรยาบรรณการขาย

X_4 แทน ด้านกลยุทธ์ราคา

X_5 แทน ด้านคุณภาพสินค้า

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่จะมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ คุณภาพการบริการด้านการรับรู้คุณภาพ, คุณภาพการบริการด้านการติดต่อสื่อสาร, คุณภาพการบริการด้านจรรยาบรรณการขาย, คุณภาพการบริการด้านกลยุทธ์ราคาและคุณภาพการบริการด้านคุณภาพสินค้าส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่และสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
ด้านการรับรู้คุณภาพส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่	สนับสนุน
ด้านการติดต่อสื่อสารส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่	สนับสนุน
ด้านจรรยาบรรณการขายส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่	สนับสนุน
ด้านกลยุทธ์ราคาส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่	สนับสนุน
ด้านคุณภาพสินค้าส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่	สนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ของกลุ่มผู้สนใจอาหารคลีนเดลิเวอรี่ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยนำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อ 1. อิทธิพลด้านการรับรู้คุณภาพมีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ จากผลวิจัยพบว่าผลวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื่องจากมีค่า Mean เท่ากับ 4.12 และ S.D. เท่ากับ 0.55 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยและทฤษฎีของธวัชพร สง่าขานเหนือ (2556) ได้กล่าวว่า บริการที่ลูกค้ารับรู้หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ โดยวัดจากคุณภาพระบบ และคุณภาพการบริการ เป็นด้านความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ และการตอบสนอง

สมมติฐานข้อ 2. อิทธิพลด้านการติดต่อสื่อสารมีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ จากผลวิจัยพบว่าผลวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื่องจากมีค่า Mean

เท่ากับ 4.13 และ S.D. เท่ากับ 0.53 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยและทฤษฎีของ Vieira (2013) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อโดยอาศัยวิธีการต่าง ๆ ที่เป็นการสื่อให้รู้ถึงสิ่งหนึ่งให้อีกคนหนึ่งได้รับรู้ การสื่อสารหลากหลายที่สามารถสื่อความหมายกันได้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

สมมติฐานข้อ 3. อิทธิพลด้านจรรยาบรรณการขายมีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ จากผลวิจัยพบว่าผลวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื่องจากมีค่า Mean เท่ากับ 4.03 และ S.D. เท่ากับ 0.64 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านจรรยาบรรณการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยและทฤษฎีของ Vieira (2013) กล่าวว่า จรรยาบรรณการขายของพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลโดยตรงกับองค์กร จรรยาบรรณการขายที่ดีจะส่งผลในด้านบวกให้กับองค์กร

สมมติฐานข้อ 4. อิทธิพลด้านกลยุทธ์ราคามีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ จากผลวิจัยพบว่าผลวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื่องจากมีค่า Mean เท่ากับ 4.03 และ S.D. เท่ากับ 0.60 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ราคาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยและทฤษฎีของ Forman & Hunt (2013) กล่าวว่า กลยุทธ์ด้านราคา หมายถึง กลยุทธ์เป็นสิ่งที่กำหนดราคาเพื่อตอบสนองกับสิ่งเร้าหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อหรือทำการทดลองใช้สินค้า

สมมติฐานข้อ 5. อิทธิพลด้านคุณภาพสินค้ามีผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ จากผลวิจัยพบว่าผลวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน เนื่องจากมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื่องจากมีค่า Mean เท่ากับ 4.08 และ S.D. เท่ากับ 0.57 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยและทฤษฎีของ Lotfi, Mukhtar, Sahran & Taei (2013) กล่าวไว้ว่า แนวคิดของคุณภาพผลิตภัณฑ์ในกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับการจัดสรรของข้อมูล เนื้อหา หรือความถูกต้องของการประมวลผลข้อมูลตามห่วงโซ่ของทรัพยากรการผลิตที่เชื่อมโยงความต้องการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษารายงานวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับด้านการรับรู้คุณภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านจรรยาบรรณการขาย ด้านกลยุทธ์ราคา และด้านคุณภาพสินค้า ผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ให้ความสำคัญส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดซื้อซ้ำในอาหารคลีนเดลิเวอรี่ มากยิ่งขึ้น เพราะ ความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการอาหารคลีนเดลิเวอรี่ เป็นความคาดหวังของบุคคล จะเปลี่ยนแปลงตามความไว้วางใจที่เกิดขึ้นกับบริการ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

1. ด้านการรับรู้คุณภาพ ของอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการด้านนี้เนื่องจาก ผู้บริโภครับรู้ในคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานในการดำเนินงานของการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและการซื้อซ้ำ
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร ช่วยเหลือลูกค้า สามารถติดต่อได้ง่าย ให้ความร่วมมือกับลูกค้า พยายามสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
3. ด้านจรรยาบรรณการขาย ไม่ได้พยายามขายสินค้าทุกวิถีทางให้จนทำให้ลูกค้าอึดอัดหรือรู้สึกไม่พึงพอใจ ไม่ได้พยายามสร้างภาพการให้บริการของเขาเกินความเป็นจริง

4. ด้านกลยุทธ์ราคา มีราคาใกล้เคียงกับทุกเจ้าที่เป็นผู้นำอยู่ในตลาดอาหารคลีน เมนูอาหารคลีนเดลิเวอรี่ ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า มีราคาต่ำกว่าอาหารปกติที่มีขายอยู่ในตลาดทั่วไป ตั้งราคาต่ำเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น และเพื่อส่วนแบ่งทางการตลาด

5. ด้านคุณภาพสินค้า อาหารคลีนเดลิเวอรี่สามารถให้รสชาติมาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ สามารถให้ผลลัพธ์ตามที่ผู้บริโภคต้องการ มีความปลอดภัย ไม่มีผลข้างเคียงต่อร่างกาย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1. ควรพิจารณาถึงปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ที่ทำให้ตัดสินใจซื้อซ้ำของอาหารคลีนเดลิเวอรี่ เพื่อทราบปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำหรือไม่ เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอรี่ต่อไป

2. การใช้เครื่องมือในการวิจัยอื่น มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอื่นที่ส่งผู้ที่ปัจจัยการซื้อซ้ำของผู้บริโภคอาหารคลีนเดลิเวอรี่

3. งานวิจัยในอนาคตแนะนำผู้วิจัยควรพิจารณาปัจจัยที่เป็นตัวแปรต้นอื่น ๆ ที่น่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำอาหารคลีนเดลิเวอรี่เช่น ปัจจัยความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ปัจจัยด้านฉลากสินค้า เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ธวัลพร สง่าขานเหนือ. (2556). *ความคาดหวังการรับรู้และความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*.

พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.

ประสพชัย พสุนนท์. (2553). *สถิติธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ที่อป.

ไพศาล เกษมพิพัฒน์กุล.(2557).*ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำเวชภัณฑ์ยา.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ผลิตภายในประเทศไทยของสถานพยาบาลประเภทคลินิกและโรงพยาบาล

ภาวิณี เทพคาราม. (2557). *‘คลื่นฟู้ด’ อีกมิติของการกินเพื่อสุขภาพ[ออนไลน์]* .เข้าถึงวันที่ 19 กันยายน 2560.

เข้าได้จาก <http://www.thaihealth.or.th>

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). *ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

อินทรชัย พาณิชกุล.(2558). *"ฟู้ด เดลิเวอรี่" ยุคนี้เสิร์ฟถึงบ้าน [ออนไลน์]* เข้าถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2560 เข้าได้จาก

<https://www.posttoday.com/analysis/report/361916>

Forman, H., & Hunt, J. M. (2013). *The effect of decision context on perceived risk in pricing strategies:*

How managers view uncontrollable environmental forces. *Journal of Product & Brand Management*, 22, 79–86.

Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Han, J., & Kim, J. (2012). *Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4),

374–387.

- Lotfi, Z., Mukhtar, M., Sahran, S., & Taei, Z. A. (2013). *Information Sharing in Supply Chain Management*. In The 4th International Conference on Electrical Engineering and Informatics 2013 (ICEEI 2013). Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2290870.
- Lovelock, J. (2009). *Essentials of Services Marketing*. Prentice Hall.
- Moneyhub. (2558). *เทรนด์ธุรกิจมาแรงปี 2559[ออนไลน์]*. เข้าถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2560. เข้าได้จาก <https://moneyhub.in.th/article/healthy-business/>
- Parasuraman A, Zeithaml A. Valarie, and Berry L. Leonard (1988), “ *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*,” *Journal of Retailing*, 64(Spring), 12-40
- Vieira, A. L. (2013). *Assessing relationship quality and its key constructs from a rival models approach*. *The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 11(2), 113–132.