

| | |
|------------------------------------|--|
| วิทยานิพนธ์เรื่อง | ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร |
| คำสำคัญ | ส่วนประสมทางการตลาด (7P) การตัดสินใจสั่งซื้ออาหาร ความพึงพอใจ แอปพลิเคชันไลน์แมน |
| นักศึกษา | เพ็ญวิภา เพชรจัน |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลป์วิภักย์ |
| หลักสูตร | นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต |
| คณะ | นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| ปีการศึกษา | 2561 |

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่มีต่อแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาการตัดสินใจที่มีผลต่อการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร 5) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานที่มีผลต่อการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 416 ตัวอย่าง ที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมน จำนวน 1 ครั้ง ขึ้นไป ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีใช้สถิติการหา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันใช้ T-test และ One way Anova ในกรณีที่ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ใช้วิธี Regression เพื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ และใช้สถิติของ Pearson เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจและความพึงพอใจในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์แมน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์แมน โดยรวมแตกต่างกัน ยกเว้น อายุ การศึกษา สถานที่สั่งอาหาร และระบบของสมาร์ตโฟน ที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารที่แตกต่างกัน

ทำให้ความพึงพอใจในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์แมน โดยรวมแตกต่างกัน ยกเว้นด้านการวางแผน ที่ไม่แตกต่างกัน ผลของส่วนประสมทางการตลาด(7P) และการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารที่แตกต่างกัน นั้นมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์แมน และผลของความพึงพอใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันไลน์แมนไปในทิศทางเดียวกัน