

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน สั่งอาหารไลน์แมนและแกร็บฟู้ด
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศุทธิยา หวังอิน
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในหลายบริบทมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ความคาดหวังของผู้บริโภคกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเพิ่มสูงขึ้นไปตามกาลเวลา การแข่งขันของธุรกิจตอนนี้จึงเริ่มหันมามุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการที่ดี สะดวกรวดเร็วขึ้น การให้ผู้ใช้งานเข้าถึงบริการแบบต่าง ๆ ตามความต้องการโดยรับเงินส่วนต่างจากค่าบริการ เป็นการจับคู่ผู้ที่ต้องการเงินให้มาบริการผู้ที่มีเงินแต่ไม่ต้องการเสียเวลา จึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงทีผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม หนึ่งในแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมและใช้อย่างแพร่หลายคือ ไลน์แมนและแกร็บฟู้ด ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาเชิงเปรียบเทียบในด้านการยอมรับการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยนำเอาปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก ความพึงพอใจของลูกค้า ความไว้วางใจในการใช้บริการ การใช้งานอย่างต่อเนื่อง มาทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประเภทสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น 279 ตัวอย่าง ซึ่งมีการตรวจสอบความตรงด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบและการตรวจสอบความเที่ยงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค อีกทั้ง ทดสอบมาตรฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ผลการวิเคราะห์งานวิจัยนี้ สามารถสรุปได้ว่า การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์แมนพบว่า ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความไว้วางใจในการใช้บริการ การสื่อสาร

แบบปากต่อปาก ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจในการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนปัจจัยสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดพบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจในการใช้บริการ การสื่อสารแบบปากต่อปาก ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจในการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า แต่ปัจจัยสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในขณะที่ปัจจัยความไว้วางใจในการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของทั้งสองแอปพลิเคชัน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดสูงกว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์แมนในหลายปัจจัย โดยปัจจัยความคาดหวังในความพยายามของผู้ใช้งานแกร็บฟู้ดอยู่ในระดับที่สูงที่สุด ในขณะที่ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมของทั้งสองแอปพลิเคชันมีระดับความคิดเห็นที่ต่ำที่สุด

คำสำคัญ: การใช้งานอย่างต่อเนื่อง, แอปพลิเคชันสั่งอาหารไลน์แมน, แอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด, ความคาดหวังในประสิทธิภาพ, ความคาดหวังในความพยายาม, อิทธิพลทางสังคม, สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก, การสื่อสารแบบปากต่อปาก, ความพึงพอใจของลูกค้า, ความไว้วางใจในการใช้บริการ

Independent Study Title	THE COMPARATIVE STUDY OF LINE MAN AND GRAB FOOD DELIVERY APPLICATIONS ACCEPTANCE
Author	Ms. Kattaleeya Hwangain
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Professor Siriluck Rotjanakitumnui, Ph.D.
Academic Year	2020

ABSTRACT

Currently, technology plays an increasingly important role in many contexts in the daily life of consumers, raising consumers expectations of their surroundings over time. Competitive businesses have begun to focus on enhancing service efficiency provisions, giving patrons convenient access to a range of services on demand according to service fee. These suits businesses catering to high income customers who seek to save time. To respond to consumer needs promptly by digital platform, popular applications (apps) include LINE MAN and GrabFood. A comparative study of continuous use acceptance was made of these apps.

This research studies the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). performance expectancy, effort expectancy, social influence, facility condition, and other research related to word of mouth communication were considered: customer satisfaction, trust to use and continuous use. Quantitative research by survey was done. 279 samples, all Thai consumers, provided data by online questionnaire, tested for validity by elemental analysis and Cronbach's alpha. It also tests the standard by simple linear regression analysis.

Results were that acceptance of the LINE MAN application was above performance expectation, trust to use, word of mouth, customer satisfaction influenced on continued use of food ordering apps. In terms of performance expectancy, effort expectancy and facility condition had no influence on continued use of the food delivery application. Effort expectancy, social influence, trust to use influenced customer satisfaction, but facility condition had no influence on customer satisfaction. Trust to use and customer satisfaction influenced word of mouth.

The acceptance of GrabFood application, social influence, trust to use, word of mouth, and customer satisfaction influenced continued use of food delivery apps. The expectation in performance, Effort expectancy, and facility condition had no influence on continued use of the food delivery apps. Effort expectancy, social influence, and trust to use influenced customer satisfaction but facility condition did not. the service and customer satisfaction influenced word of mouth for both food delivery applications.

The results of the research show that in many factors, GrabFood users' opinion levels are higher than the LINE MAN app users. The effort expectancy factor of GrabFood users is at the highest level. On the other hand, the social influence factors for both applications had the lowest levels of opinion.

Keywords: Continuous Usage, LINE MAN, GrabFood, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Word of Mouth, Customer Satisfaction, Trust to Use