

คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหาร
ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
Service Quality of Food Delivery Staff, by Food Delivery Applications
in Mueang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province

กฤษณะ ดาราเรือง¹ จินต์ วิภาตะกลัศ² สมเดช สิทธิพงศ์พิทยา³
Kritsana Dararuang, Jin Viphatkalasa, Somdech Sitipongpittaya

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันอาหารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 2) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และ 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ที่เคยใช้บริการส่งอาหารด้วยแอปพลิเคชันอาหาร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ค่า F-test (One-way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร 1-3 ครั้งต่อวัน ในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. อาหารที่สั่งซื้อเป็นอาหารตามสั่ง ราคาในการซื้ออยู่ระหว่าง 101-200 บาท และใช้บริการจาก Grab Food เป็นส่วนใหญ่ 2) คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ (Keywords) : คุณภาพการให้บริการ; พนักงานส่งอาหาร; แอปพลิเคชันอาหาร

Abstract

The purposes of this study aimed 1) to study how users of food delivery applications behaved in Mueang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province. 2) to study the service quality of food delivery staff of food delivery applications; and 3) to compare consumer opinions on the service quality of food delivery applications staff. This study employed

Received: 2024-04-08 Revised: 2024-04-24 Accepted: 2024-04-26

¹ คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management, Chaopraya University. E-mail: Kritsana_cpu@hotmail.com

² คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management, Chaopraya University. E-mail: chaopraya@cpu.ac.th

³ คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Administration and Management, Chaopraya University. E-mail: heasssom@gmail.com

quantitative research. The sample group used in the research consisted of 400 people using the food delivery applications in Mueang Nakhon Sawan District, Nakhon Sawan Province. Statistics tools used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and one-way ANOVA.

The result of this study showed that 1) most of them used the food delivery applications 1-3 times per day, purchase between 12 p.m. and 16.00 p.m., most ordering dish costing around 101-200 bath, and utilizing the services from the Grab Food. 2) Overall, the level of service quality of the food delivery staff of food delivery applications was at a high level. Also, 3) for the consumers of various genders, ages, education levels, incomes, and statuses, there were no differences in opinions on the overall service quality. The consumers with various professions had the difference with statistically significant at .05.

Keywords: Service quality; Food Delivery Staff; food delivery applications

บทนำ (Introduction)

จากสถานการณ์ COVID-19 ในช่วงที่ผ่านมาที่ทำให้ประเทศไทยได้กำหนดมาตรการเข้มข้นในการปิดกิจการหรือจำกัดการให้บริการของภาคธุรกิจเป็นการชั่วคราว รวมถึงธุรกิจร้านอาหารที่เหลือเพียงช่องทางการซื้อกลับและการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery) ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งได้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้บริโภค และกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจ Food Delivery ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน จากความสะดวกสบายของผู้บริโภคจึงทำให้แพลตฟอร์มสั่งอาหารเกิดขึ้นอย่างหลากหลาย เช่น Grab Food, Robinhood, Foodpanda, GET Food, LINEMAN เป็นต้น (พัชร ภาณุรัตน์, 2566) แอปพลิเคชันสั่งอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีไม่เพียงแต่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปแต่ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่ธุรกิจร้านอาหารรวมถึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจการจัดส่งอาหารไปยังแหล่งที่พักมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การขยายตัวของธุรกิจ Food Delivery และแอปพลิเคชันสั่งอาหารยังเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้แก่ธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจมีส่วนแบ่งของรายได้มูลค่าประมาณ 2.6 หมื่นล้านบาท หรือกลุ่มผู้บริโภคที่ยังสามารถเพิ่มรายได้โดยการรับงานผ่าน Application ต่างๆ ที่อาจมีส่วนแบ่งรายได้มูลค่าประมาณ 3.9 พันล้านบาท ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้รายงานทิศทางการส่งอาหารไปยังที่พัก Food Delivery ในปี 2565 โดยคาดว่าจะปรับขึ้นจากการที่ผู้บริโภคใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารไปยังที่พัก จากการจัดโปรโมชั่นกระตุ้นตลาดต่อเนื่อง พร้อมขยายฐานร้านค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่ไปสู่พื้นที่ต่างจังหวัดมากขึ้น และความคุ้นชินของผู้บริโภคส่งผลให้ดัชนีจำนวนครั้งในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในปี 2565 จะอยู่ที่ 477 (ฐาน 100 ที่ปี 2561) เพิ่มขึ้น 2.9% ชะลอลงเมื่อเทียบกับปี 2564 และจากสถานการณ์ที่คลี่คลายของ COVID-19 ในปัจจุบัน ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า มูลค่าตลาดการสั่งอาหารไปยังที่พักในปี 2565 จะมีมูลค่าประมาณ 7.9 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัว 4.5% ชะลอลงจากฐานที่เร่งตัวสูงในปี 2564 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ COVID-19 Omicron มีการระบาด มูลค่าตลาดการจัดส่งอาหารไปยังที่พักจะยังคงขยายตัวได้เพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

การแข่งขันของแอปพลิเคชันอาหารที่มากขึ้นมีส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับแผนธุรกิจเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้ออาหาร ความหลากหลายของประเภทอาหาร การใช้บรรจุกฎที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนคุณภาพการให้บริการของ “ไรเดอร์” หรือพนักงานส่งอาหารซึ่งเป็นตัวกลางในการรับส่งอาหารระหว่างร้านค้ากับลูกค้า ทั้งนี้ คุณภาพการให้บริการมีความสำคัญต่อความสำเร็จและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจอีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อลูกค้า (Koller, 1997) การประเมินคุณภาพการให้บริการโดยแบบวัด SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) และความเที่ยงตรง (validity) โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 มิติหลักประกอบด้วย 1) ลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ (tangibility) 2) ความเชื่อถือได้ (reliability) 3) ความสามารถในการตอบสนองลูกค้า (responsiveness) 4) ความไว้วางใจ (assurance) และ 5) ความเข้าใจลูกค้า (empathy)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์จะเป็นประโยชน์ต่อการนำผลของการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อสร้างความพึงพอใจและการใช้บริการซ้ำในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันอาหารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารตามแนวคิดการประเมินคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ซึ่งประกอบด้วย 1) ลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ 2) ความเชื่อถือได้ 3) ความสามารถในการตอบสนองลูกค้า 4) ความไว้วางใจ และ 5) ความเข้าใจลูกค้า

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวนประชากรทั้งหมด 241,273 คน

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970: 607-610) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่การศึกษาวิจัยในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือนสิงหาคม-ธันวาคม 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสารทางวิชาการ แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหาร แอปพลิเคชันอาหาร

การตรวจสอบความตรง (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่าง 0.80 - 1.00 และการหาความเที่ยง (Reliability) โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทั้งฉบับเท่ากับ 0.932

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จนครบตามจำนวน 400 ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

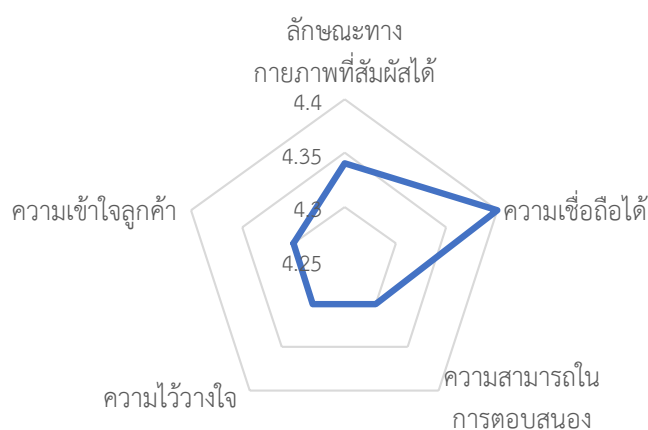
ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมการคำนวณชุดค่าสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าที (t-test Independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือการทดสอบค่า F-test (One-way Analysis of Variance หรือ One - way ANOVA) และเมื่อพบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีการของ LSD (LSD's Method)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.80 โดยมีอายุระหว่าง 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.00 เป็นนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 57.50 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.80 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 84.50 และเมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน

อาหาร พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร 1-3 ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา มากกว่า 3 ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 31.00 โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการแอปพลิเคชันอาหารส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 12.01-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือช่วงเวลา 08.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.50 ราคาอาหารต่อครั้งระหว่าง 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาอยู่ระหว่าง 60 -100 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.20 โดยส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food คิดเป็นร้อยละ 74.80 รองลงมาคือ Food panda คิดเป็นร้อยละ 25.20 โดยอาหารที่สั่งส่วนใหญ่เป็นอาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ หาทานเล่น/ขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 29.00

2. คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D. 0.61) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.40 (S.D. 0.60) รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (S.D. 0.60) และ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจ และด้านความเข้าใจลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. 0.57, 0.65, 0.63) ตามลำดับ



ภาพที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยมาตรฐานคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

3. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ พบว่า มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่อาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหาร โดยภาพรวม

สถานภาพส่วนบุคคล ของผู้บริโภค	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P - value
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	1.218	4	.305	1.852	.118
	ภายในกลุ่ม	64.964	395	.164		

	รวม	66.182	399			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	.335	3	.112	.671	.570
	ภายในกลุ่ม	65.847	396	.166		
	รวม	66.182	399			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	1.871	5	.374	2.292	.045*
	ภายในกลุ่ม	64.311	394	.163		
	รวม	66.182	399			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	1.434	4	.358	2.187	.070
	ภายในกลุ่ม	64.748	395	.164		
	รวม	66.182	399			
สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.311	2	.156	.938	.392
	ภายในกลุ่ม	65.871	397	.166		
	รวม	66.182	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 เมื่อพบว่าผู้บริโภควิชาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบ LSD จึงพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพอื่นๆ มีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่า นักเรียน/นักศึกษา งานอิสระ พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่มีอาชีพงานอิสระมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ วิสาหกิจ	งานอิสระ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
		4.30	4.33	4.50	4.27	4.29	4.59
นักเรียน/นักศึกษา	4.30	-	-.340	-.204*	.023	.009	-.292*
ข้าราชการ/วิสาหกิจ	4.33	-	-	-.170	.057	.044	-.258
งานอิสระ	4.50	-	-	-	.227*	.214*	-.088
พนักงานบริษัทเอกชน	4.27	-	-	-	-	-.013	-.315*
ธุรกิจส่วนตัว	4.29	-	-	-	-	-	-.302*
อื่นๆ	4.59	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาสู่การอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันอาหารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่มีการใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร 1-3 ครั้ง/วัน โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่างเวลา 12.01-16.00 น. และใช้จ่ายราคาอาหารต่อครั้งระหว่าง 101-200 บาท และส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food และเป็นอาหารประเภทตามสั่ง ทั้งนี้อาจเกิดจากส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาซึ่งมีรายได้ไม่สูงมากนักและมีการใช้บริการหลายครั้งในแต่ละวันเนื่องจากต้องการความสะดวก อีกทั้งในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์มีร้านอาหารจำนวนมาก และมีอาหารหลากหลายประเภท ดังนั้น การสั่งซื้ออาหารผ่านบริการแอปพลิเคชันอาหารจึงเป็นความสะดวกแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ ปัจจุบัน การสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันยังมีกิจกรรมทางการตลาดที่ดึงดูดความน่าสนใจแก่ผู้ใช้บริการต่างๆ เช่น บริการส่งฟรี การสะสมแต้ม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรรถพล ทองจันทร์ และ คณะ (2564: 73) พบว่า นักศึกษาที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน GET Food ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-21 ปี มีรายได้ระหว่าง 8,000-12,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Grab Food โดยการสั่งซื้อส่วนใหญ่เป็นอาหารไทย อาหารสตรีทฟู้ด โดยมีความถี่ในการสั่งซื้อ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. สอดคล้องกับ ณิชยา ศรีสุชาติ (2563: 8) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และเป็นนักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ โดยพฤติกรรมการใช้บริการในการซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่เป็นอาหารตะวันตก (The Pizza Company) รองลงมาเป็นอาหารไทย โดยการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้งประมาณ 301-600 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร สุขทรัพย์ และคณะ (2565: 495-496) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Line man โดยเป็นอาหารประเภท Fast Food เป็นการสั่งอาหารเพื่อรับประทานเอง โดยมีการสั่งอาหาร 1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 1 อาทิตย์ ทั้งนี้ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านราคา และการส่งเสริมการขายตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเป็นวิธีการที่ง่าย และสะดวกแก่ผู้บริโภค ซึ่งงานวิจัยของ ธัญญาทิพ พิชิตการคำ และอดิศักดิ์ วรพิวุฒิ (2565: 6-8) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติในการซื้ออาหารออนไลน์ และการรับรู้ข่าวสาร ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความรวดเร็วเข้าถึงง่าย และระบบการสั่งซื้อสินค้าได้ง่าย

2. คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหารในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ตามความคิดเห็นของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความเชื่อถือได้ รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจ และด้านความเข้าใจลูกค้า ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์สามารถสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพของการให้บริการได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความเชื่อถือได้ซึ่งอาจเกิดจากแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่เป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการ เช่น Grab Food, Food panda เป็นต้น อีกทั้ง ปัจจุบันการสั่งอาหารบนแอปพลิเคชันเป็นวิธีที่ผู้บริโภคมีความคุ้นชินในการใช้บริการ ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ ณัฐพงษ์ สืบบุญเรือง และ คณะ (2565: 265)

พบว่า คุณภาพการให้บริการของไรเดอร์เดลิเวอรี่ Grab Food มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ส่วนคุณภาพการให้บริการของไรเดอร์เดลิเวอรี่ LINE MAN ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิสุก นวนวิจิต และ อำภาศรี พ้อคำ (2565: 58) พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น รองลงมาคือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และด้านความเชื่อถือได้ ตามลำดับ

3. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหาร แอปพลิเคชันอาหารไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้บริโภคที่อาชีพแตกต่างกันที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเกิดจากมุมมองของผู้บริโภคที่แตกต่างกันเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/วิสาหกิจ งานอิสระ พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว จึงอาจทำให้มีมุมมองต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหาร แอปพลิเคชันอาหารออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณชัย ชูระแพง และ ประสพชัย พสุนนท์ (2564: 96) พบว่า คุณภาพการให้บริการการจัดส่งอาหารสามารถจำแนกความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย การจับซื้อด้วยความปลอดภัย การพกฏจราจรในการส่งอาหาร อาหารมาถึงในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ในภาชนะบรรจุ พนักงานงานให้ข้อมูลการนำส่งอาหารที่ชัดเจนก่อนนำส่งบริการส่งอาหารได้ก่อนหรืออยู่ในเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ ในด้านบุคลากรในการจัดส่งอาหาร พบว่า การปฏิบัติที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจสำหรับบุคลากรในการขนส่งอาหารเมื่อบุคลากรมีความเอาใจใส่ในการบริการ พูดไพเราะ อ่อนน้อมถ่อมตน มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ พิชามญช์ เลิศวัฒน์พรชัย และ คณะ (2566: 141) พบว่า ปัจจัยการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานรับส่งอาหาร และ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

คุณภาพการให้บริการเป็นตัวชี้วัดระดับการให้บริการที่ส่งมอบต่อผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการ ความต้องการได้ดีเพียงใด ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวังจะส่งผลให้การบริการเกิดคุณภาพ และทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ จากผลของการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบและองค์ความรู้ที่สำคัญ คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารเป็นมิติสำคัญในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์ ดังนั้น บริษัทแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์ควรพิจารณาการยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้าน การให้บริการของพนักงานส่งอาหารด้านความสามารถในการตอบสนอง ความไว้วางใจ และความเข้าใจลูกค้า

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำงานวิจัยไปใช้

1.1 บริษัทแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์ควรพิจารณาการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงาน และอาจกำหนดเป็นเกณฑ์ในการพิจารณารางวัลค่าตอบแทน หรืออื่นๆ เพื่อการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

1.2 ควรมีการพัฒนาสมรรถนะด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานเกิดความตระหนัก เห็นความสำคัญในการปฏิบัติงาน และรู้สึกว่าเป็นบุคลากรที่สำคัญขององค์กร

1.3 ควรทบทวนการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการของพนักงานส่งอาหารโดยรวม ข้อมูลความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งจากลูกค้า ผู้ประกอบการร้านอาหาร และประชาชนทั่วไปเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนามาตรฐานการให้บริการของพนักงานส่งอาหาร

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษการพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์

2.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์

2.3 ควรมีการศึกษาทัศนคติของพนักงานส่งอาหารแอปพลิเคชันอาหารออนไลน์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานหรือมิติด้านความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง (References)

- ณิชา ศรีสุชาติ. (2563). พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าอาหารผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ. *Journal of Management*. 9(3): 1-15.
- ณัฐพงษ์ สืบญะเรือง สัจจิตา พรหมโชติ และพิมพ์ หิรัญกิตติ. (2565). คุณภาพการให้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่ระหว่าง Grab Food กับ Line Man ในสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. 8(2): 256-270.
- ธนพร สุขทรัพย์ กชกร สุขทรัพย์ และยศกร สุขทรัพย์. (2565). พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*. 5(2): 489-502.
- ธัญญาทิพ พิชิตการค้า และ อติศักดิ์ วรพิวุฒิ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบพฤติกรรมการซื้ออาหารออนไลน์ในภาวะการณระบาดของโควิด 19. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 14(1): 1-14.
- พิกามญช์ เลิศวัฒนพรชัย, พงษ์สันต์ ดันหยง และ ผ่องใส สันธสุกุล. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดนครปฐม. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 6(1): 141-156.
- พัชร ภาณุนันท์. (2566). เหตุผลที่ Food Delivery อยากเป็น Super App เป็นมากกว่าแอปส่งอาหาร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://workpointtoday.com/fooddelivery-superapp/> สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2566.

- วิสุก นวนวิจิต และ อำภาศรี พอค้า. (2565). ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการต่อขีดความสามารถในการแข่งขันการขายอาหารแบบส่งถึงที่ (Food Delivery) ในแขวงสะหวันนะเขตสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 14(4): 52-66.
- วรรณชัย ฐระแพง และ ประสพชัย พสุนนท์. (2564). การประเมินคุณภาพบริการจัดส่งอาหารตามแบบจำลองคานอในช่วงการเว้นระยะห่างทางสังคมในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารสินธรปริทรรศน์*. 22(2): 89-102.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). Food Delivery ปี 2565 ขยายตัวต่อเนื่อง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Food-Delivery-z3289.aspx> สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2566.
- อรรถพล ทองจันทร์ ศศิพรรณ บิลมานิชย์ และสุเทพ เดชะชีพ. (2564). พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจและประโยชน์จากการสั่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชัน GET Food ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*. 25(3): 65-78.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Journal of Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. (9th ed.). Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York: The free press.