

ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตผู้ใช้บริการ GRABFOOD

The Rangsit University Student Satisfaction of Grabfood Service

ฐิดาภรณ์ สุพิพัฒน์¹ นพปฎล สุวรรณทรัพย์²

Thidaporn Suphipat, Noppadol Suwannasap

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood และศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วย การทดสอบที การทดสอบสถิติความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความถดถอยพหุคูณ พบว่า ความสามารถที่สัมผัสได้(A) การเข้าถึงจิตใจผู้อื่น(E) การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ(C) และความมั่นใจ(D) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $Satisfaction = 1.150 + 0.333A + 0.250E + 0.263C - 0.133D$

คำสำคัญ (Keywords): ความพึงพอใจ; คุณภาพการให้บริการ; GrabFood

Received: 2020-12-06 Revised: 2020-12-27 Accepted: 2020-12-28

¹ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต Student in Master of Science in Management of Logistics, Graduate School Rangsit University. e-mail: Thidaporn.s57@rsu.ac.th

² อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต Lecturer in Master of Science in Management of Logistics, Graduate School Rangsit University.

Abstract

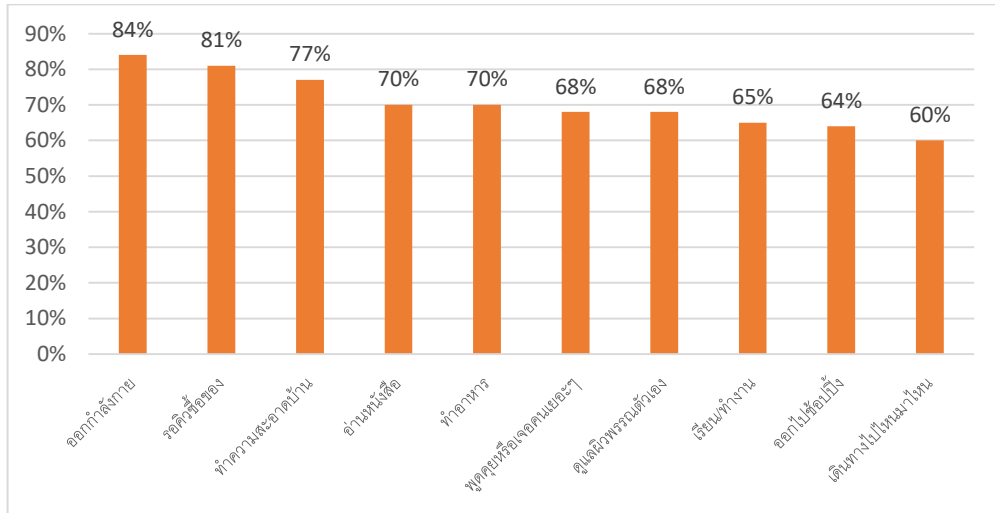
This research aimed to study the satisfaction level of Rangsit university's students as GrabFood users and to study the factors in service quality affecting the satisfaction level of Rangsit university's students as GrabFood users. The research was quantitative and the sample group was 400 students at Rangsit university, the sampling method was Convenience Sampling and the data collection was conducted by questionnaire. The statistics for data analysis consisted of Percentage, Frequency, Mean, and hypothesis testing with the Tests of Statistical Hypotheses including the Independent Sample : t-test, One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test) and Multiple Linear Regression Analysis. The result showed that 1) The overall satisfaction level of Rangsit university's students as GrabFood users was high 2) The result of Multiple Linear Regression Analysis indicated that the tangible ability (A) empathy (E) response to the user's needs (C) and confidence (D) affected the satisfaction and the forecasting equation can be set as $Satisfaction = 1.150 + 0.333A + 0.250E + 0.263C - 0.133D$

Keyword: Satisfaction; Service Quality; GrabFood

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันอยู่ในยุคของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หรือที่เรียกว่า Digital Disruption ส่งผลให้ธุรกิจภาคบริการ และอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศต่างต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค (มนตรี ศรีวงษ์, 18 พฤษภาคม 2563) ทำให้ผู้คนจำนวนมากหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น เนื่องจากตอบโจทย์การใช้ชีวิตได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเรื่องของการประหยัดเวลาและแรงงาน จนมีแนวโน้มนำไปสู่สังคมแห่งความเคยชิน หรือที่เรียกว่า “ความขี้เกียจ” และ “เศรษฐกิจขี้เกียจ” (Lazy Economy) ซึ่งหมายถึงเศรษฐกิจที่ถูกขับเคลื่อนความต้องการของคนที่ต้องการความสะดวกสบาย เพื่อช่วยลดภาระการทำงานเล็กๆ น้อยๆ จะได้มีเวลาทำงานที่สำคัญมากขึ้น โดยที่ผู้บริโภค “ยินดีที่จะจ่ายเงิน” หากสินค้าหรือบริการนั้นๆ ช่วยทำให้รู้สึกว่าได้รับความสะดวกสบายมากกว่าเดิม และจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการความสะดวกสบายขั้นสุด ยังทำให้เกิดธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าวอย่าง

ต่อเนื่อง และได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ที่เห็นชัดเจนคือ ธุรกิจขนส่ง ฟู้ดเดลิเวอรี ธุรกิจจองคิว ขายสินค้าออนไลน์ อาหารพร้อมรับประทาน เป็นต้น ซึ่งเป็นเทรนด์ที่ยังมีแนวโน้มเติบโตในปัจจุบัน (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 18 พฤษภาคม 2563)



รูปที่ 1 แสดงการจัดอันดับกิจกรรมที่คนไทยซึ่เกียจมากที่สุด
ที่มา : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2562

จากงานวิจัยการทำการตลาด Lazy consumer ในสาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า 10 อันดับกิจกรรมที่คนไทยซึ่เกียจมากที่สุด ได้แก่ 1. ออกกำลังกาย ร้อยละ 84 ลำดับที่ 2.) รอคิวซื้อของ ร้อยละ 81 ลำดับที่ 3.) ทำความสะอาดบ้าน ร้อยละ 77 ลำดับที่ 4.) อ่านหนังสือ ร้อยละ 70 ลำดับที่ 5.) ทำอาหาร ร้อยละ 69 ลำดับที่ 6.) พูดคุยหรือเจอคนเยอะๆ ร้อยละ 68 ลำดับที่ 7.) ดูเลิฟพอร์นตัวเอง ร้อยละ 68 ลำดับที่ 8.) เรียน/ทำงาน ร้อยละ 65 ลำดับที่ 9.) ออกไปช้อปปิ้ง ร้อยละ 64 และลำดับสุดท้าย 10.) เดินทางไปไหน มาไหน ร้อยละ 60 โดยเฉลี่ย “ระดับความซึ่เกียจ” ต่อกิจกรรมนั้นๆ อันดับแรก คือ รอคิวซื้อของ ตามมาด้วย การออกกำลังกาย การทำความสะอาด ทำอาหาร อ่านหนังสือ เดินทางไปไหนมาไหน พูดคุยหรือเจอคนเยอะๆ เรียน/ทำงาน ออกไปช้อปปิ้ง และดูเลิฟพอร์นตัวเอง จะเห็นได้ว่าหนึ่งในธุรกิจที่ตอบโจทย์ความซึ่เกียจในการรอคิวซื้อของและซึ่เกียจในการทำอาหารนั้น คือ “Food Delivery” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย แอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Food Delivery Application) มีผลทำให้ธุรกิจฟู้ด เดลิเวอรีเติบโต 10% ในช่วงปี 2557-2561 และในปี 2562 มีมูลค่าอยู่ที่ 33,000 – 35,000 ล้านบาท

เติบโตต่อเนื่องราวร้อยละ 14 จากปี 2561 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารของประเทศไทยในปี 2562 ประมาณ 3-4 หมื่นล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 18 พฤษภาคม 2563) ซึ่งมีผู้ให้บริการหลักๆ ได้แก่ Food Panda, LINE MAN, Grab, GET! ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินไว้ว่าในปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยจะมีมูลค่ารวมถึง 4.37-4.41 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.4-2.4 จากปี 2562 และในปี 2563 ทิศทางของธุรกิจร้านอาหารจะเดินหน้าอย่างไรต่อไป ผู้ประกอบการจะต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 18 พฤษภาคม 2563) และจากผลประกอบการเมื่อปี 2562 พบว่า Grab มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 50 ของธุรกิจ Food Delivery

วงศ์ทิพพา วิเศษเกษม ได้กล่าวถึง ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมคนไทยต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่สั่งอาหารออนไลน์เป็นคนในกลุ่มระหว่าง GEN Z และ GEN Y ช่วงอายุที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ 18-34 ปี (Techsauce Team, 18 พฤษภาคม 2563) และบริษัท ฟู้ดแพนด้า (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยข้อมูลออเดอร์บริการจัดส่งอาหารในหมู่นักเรียน-นักศึกษามหาวิทยาลัยเยอะมากขึ้น 25% ในปี พ.ศ. 2561 เมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2560 แสดงให้เห็นถึงเทรนด์ในการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย ความสนใจในการสั่งอาหารออนไลน์ที่สูงขึ้น (marketeeronline, 19 พฤษภาคม 2563) และอีกปัจจัยในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารของผู้บริโภค ได้ระบุดังความสะดวกรวดเร็ว (สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 19 พฤษภาคม 2563) นอกจากความสะดวกรวดเร็วแล้วนั้น ส่วนประสมการตลาดส่วนอื่นก็เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันนั้นๆ อีกด้วย เช่น ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าธุรกิจ Food Delivery เป็นธุรกิจบริการขนส่งอาหารที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยธุรกิจมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและกลุ่มคนวัยทำงาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นนอกจากส่วนประสมทางการตลาด ยังมีปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการที่ยังมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (สุรณี ฤทธิ์มาก, 2562) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำงานวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวของธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายและดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood

สมมติฐานการวิจัย (Research hypothesis)

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน GrabFood โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และใช้จำนวน 400 คนที่เป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1967) ที่พัฒนาสูตรขึ้นมาเพื่อใช้ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น และปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามในลักษณะให้ผู้ตอบเลือกคำตอบ (Checklist) และแบบเติมคำ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ใช้บริการ GrabFood

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย จากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารงานวิจัย บทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด ทฤษฎีในการกำหนดขอบเขตข้อมูลและจัดทำแบบสอบถาม

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

5.1.1 การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา

5.1.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 30 คน นำข้อมูลจากการทดลองใช้มาหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์, 2555, น. 216) พบว่าโดยภาพรวมแล้วมีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.981 ถือว่าอยู่ในระดับสูง

5.2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

5.3 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.5) และเพศชาย (ร้อยละ 49.5) ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 22 ปี (ร้อยละ 34.75) รองลงมาคือ มีช่วงอายุ 29 – 31 ปี (ร้อยละ 18.25) และต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 17.5) ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี (ร้อยละ 53.5) และปริญญาโท (ร้อยละ 43.25) โคนส่วนมากกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 48.75) รองลงมาเป็นชั้นปีที่ 4 (ร้อยละ 29.25) โดยส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยประเภทหอพักนักศึกษา (ร้อยละ 40.0) และบ้านของตนเอง (ร้อยละ 39.25)

2. ระดับของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการจำแนกตามรายด้านและโดยภาพรวม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	การสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ	4.08	0.51	มาก
2	ความสามารถที่สัมผัสได้	4.07	0.58	มาก
3	ความมั่นใจได้	4.04	0.59	มาก
4	ความน่าเชื่อถือได้	4.03	0.60	มาก
5	ความเข้าถึงจิตใจผู้อื่น	3.97	0.70	มาก
รวม		4.04	0.54	มาก

พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood มีความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาเป็นด้านความสามารถที่สัมผัสได้ ($\bar{X} = 4.07$) และด้านความเข้าถึงจิตใจผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.97$)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ตัวแปร	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test	0.000*	สอดคล้อง
อายุ	F-test	0.719	ไม่สอดคล้อง
ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา	F-test	0.842	ไม่สอดคล้อง
ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่	F-test	0.000*	สอดคล้อง
ประเภทที่พักอาศัย	F-test	0.087	ไม่สอดคล้อง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ และ ชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ มีผลต่อความพึงพอใจในของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามมาสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ในส่วนของ อายุ ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาและประเภทที่พักอาศัย จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีผลต่อความพึงพอใจในของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

4. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood

ตัวแปร	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
ความสามารถที่สัมผัสได้	MRA	0.000*	สอดคล้อง
ความน่าเชื่อถือได้หรือความไว้วางใจ	MRA	0.108	ไม่สอดคล้อง
การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	MRA	0.000*	สอดคล้อง
ความมั่นใจได้	MRA	0.028*	สอดคล้อง
การเข้าถึงจิตใจผู้อื่น	MRA	0.000*	สอดคล้อง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความสามารถที่สัมผัสได้ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความมั่นใจได้ และการเข้าถึงจิตใจผู้อื่น มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือได้หรือความไว้วางใจ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายตามผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

1. จากสมมติฐานการวิจัยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของที่พักอาศัย ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อาจเกิดจากกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยศึกษามีสถานภาพหลักเป็นนักศึกษา ซึ่งไม่ว่าอายุเท่าไร ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ (ระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก) หรือ มีที่พักอาศัยอยู่ที่ไหน อาจจะต้องใช้เวลาทุ่มเทให้กับการอ่านหนังสือ การทำการบ้าน รายงาน หรือ ภาระหรือหน้าที่งานอื่นๆ ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องหาตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นการสั่งอาหารแบบส่งถึงที่ หรือ food delivery ที่เป็นตัวช่วยหนึ่งในการลดระยะเวลาในการออกไปซื้ออาหาร หาที่จอดรถและนั่งรออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรพงษ์ สุทธิธรรม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลละอุ่น จังหวัดระนองผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญภา จรัสพันธ์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจการรับบริการพบว่าผู้บริโภคเพศหญิงมีความพึงพอใจในการรับบริการมากกว่าเพศชายเพราะมีความละเอียดอ่อนในด้านต่างๆและไวต่อการรับรู้ถึงคุณภาพในการรับบริการมากกว่าเพศชาย และจาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทย ใน

จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการบริการของร้านขนมไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ในส่วนของชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 กับ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 และ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 ที่มีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากภาระหน้าที่ในด้านการเรียน ภาระงานหรือกิจกรรม ของแต่ละชั้นปีที่แตกต่างกัน อาจส่งผลต่อการเลือกใช้และการตัดสินใจด้านความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์

2. จากสมมติฐานการวิจัยศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถที่สัมผัสได้ การเข้าถึงจิตใจผู้อื่น การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และความมั่นใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ซึ่งสาเหตุที่คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการได้ ต้องเกิดจากคุณภาพของการให้บริการ เช่น หากบริษัท หรือพนักงานผู้ให้บริการ GrabFood มีความพร้อมในการให้บริการ มีทักษะในการตัดสินใจแก้ปัญหาให้เบื้องต้น เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทมีการจัดเตรียมพนักงานผู้ให้บริการไว้คอยให้บริการอย่างเพียงพอต่อความต้องการ ฯลฯ ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในกระบวนการการให้บริการของบริษัทหรือพนักงานได้ หากบริษัทได้มีการอบรมพนักงานให้บริการให้มีจิตสำนึกของการให้บริการ เต็มใจให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน บริการด้วยความรวดเร็ว มีบุคลิกภาพและการวางตัวที่ดี มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้ใช้บริการ ก็ย่อมทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านบุคลากรมากขึ้น ซึ่งผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐานุตรา จันทรเกตุ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสาร จังหวัดสระบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถที่สัมผัสได้ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจได้ และด้านการเข้าถึงจิตใจผู้อื่น มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการ “Food Panda Application” ผลการวิจัย

พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหาร ผ่านผู้ให้บริการ Food Panda Application ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสุรภี ฤทธิ์มาก (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ฟู้ด (Line Food Application) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันไลน์ฟู้ด (Line Food) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้รับบริการกับเพศชายมากขึ้น โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยอาจมีการพิจารณาพฤติกรรมการใช้งานของเพศชายโดยตรงแล้วจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือ Promotion ให้ตรงใจ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพศชายเพิ่มขึ้น

2) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับชั้นปีที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ เนื่องจากผู้รับบริการอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน อาจมีการรับรู้บริการที่แตกต่างกันออกไปได้ เช่นในเรื่องของระยะเวลาการรอคอยของนักศึกษาในชั้นปีสุดท้าย (ปีที่ 4 หรือ 5) โดยส่วนมากจะมีภาระงาน และเรียนหนัก อาจจะมีความคาดหวังในการให้บริการอย่างรวดเร็วมากขึ้น

3) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความสามารถที่สัมผัสได้ โดยการเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการในพื้นที่ที่มีผู้ใช้งานหนาแน่น และอาจมีการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการโดยการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

4) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยการเพิ่มช่องทางการติดต่อให้หลากหลาย เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ และพนักงานผู้ให้บริการควรมีความเอาใจใส่ รายงานสถานะการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้ติดตามได้อย่างต่อเนื่อง

5) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจได้ โดยการเพิ่มการมีเสถียรภาพในการคิดค่าบริการให้เป็นมาตรฐาน อีกทั้งควรมีการอบรมพัฒนาพนักงานผู้ให้บริการให้มีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ได้

6) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงจิตใจผู้อื่น โดยการอบรมพัฒนาพนักงานผู้ให้บริการให้มีจิตบริการ ตระหนักรู้ใส่ใจในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ และพัฒนาระบบให้มีการติดตามสถานะการดำเนินการให้มีความเสถียรถูกต้องชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ใช้บริการ GrabFood ในด้านของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ที่สนใจจะศึกษาควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด อรรถประโยชน์ของการใช้บริการ ความจงรักภักดีต่อสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ผลการวิจัยที่มีข้อมูลที่ละเอียด ลึกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรมีกำหนดและควบคุมตัวแปรแทรก ที่อาจส่งผลให้เกิดความคาดเคลื่อน

2) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิดในการวิจัย ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการใช้เครื่องมือที่ผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการทำแบบสอบถามในลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นการขยายขอบเขตการวิจัยในด้านเนื้อหาให้กว้างขึ้นอีกด้วย

3) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่น อาจจะมีการขยายพื้นที่ต่างจังหวัด และบุคคลทั่วไป ที่ใช้บริการ เพื่อให้ทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง (References)

- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2561). “ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการ Food Panda Application”. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**. 16(1), 153 – 162
- จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). “ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร”. **การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จิรพงษ์ สุทธิธรรมมุสิก. (2556). “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลละ
อุ่น จังหวัดระนอง”. **ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**. ชลบุรี:
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ฐานุตรา จันทระเกตุ. (2554). “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์
โดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี”.
การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.

ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์. (2555). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชา
ทดสอบและวิจัยทางการศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการ
ลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี”. **งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์
มหาบัณฑิต**. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

มนตรี ศรีวงษ์, **โอกาสธุรกิจ Food App ไทย ปี 2563**. [ออนไลน์].แหล่งที่มา :

www.thaimescenter.com/โอกาสธุรกิจ-food-app-ไทย-ปี-2563, [18 พฤษภาคม
2563.]

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2562). **5 ธุรกิจมาแรง! เกาะกระแส Lazy Economy
โดยเงินลูกค้า “มนุษย์รักสบาย**. [ออนไลน์].แหล่งที่มา : [www.positioningmag.com/
1245819](http://www.positioningmag.com/1245819), [18 พฤษภาคม 2563.]

ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2562). **การแข่งขันของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ดันธุรกิจ Food Delivery
เติบโตต่อเนื่อง คาดมีมูลค่าสูงถึง 33,000 – 35,000 ล้านบาท ในปี 2562**. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : [www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-
econ/business/Pages/z2995.aspx](http://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2995.aspx), [18 พฤษภาคม 2563.]

ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2563). **ปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารเผชิญกับโจทย์ท้าทายสูง และรูปแบบ
การแข่งขันที่เปลี่ยนไป คาดมีมูลค่า 4.37 – 4.41 แสนล้านบาท**. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : [www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-
econ/business/Pages/z3067.aspx](http://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3067.aspx), [18 พฤษภาคม 2563.]

- สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2560). **พฤติกรรมกรรมการทานอาหารของคนกรุงเทพฯ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : www.blbtangkok.com/lifestyle/urban-living/3877/, [19 พฤษภาคม 2563.]
- สุรณี ฤทธิ์มาก. (2562). “ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ฟู้ด (Line Food Application) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”. **การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Marketeeronline, **ผู้ดูแลร้านค้าเผย ยอดสั่งซื้อในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในปี 2561 เพิ่มขึ้น 25%**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : www.marketeeronline.co/archives/72665, [19 พฤษภาคม 2563.]
- Techsauce Team, **GET FOOD เผยสถิติ คนโสดสั่งอาหารบ่อย ยอดสั่งขานมไข่มุกสูงถึง 3 แสนแก้วต่อเดือน**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : www.techsauce.co/news/get-thailand-millennial, [18 พฤษภาคม 2563.]
- Yamane. (1967). **Taro Statistic : An Introductory Analysis**. New York : Harper and Row Publishers.