

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิต
นักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร
Factors Related to Students' Decision to Use Food Delivery Service
of State Autonomous University Students, Bangkok

ถิรวัฒน์ สมพิพงษ์¹ อังคณา ขันตรีจิตรานนท์² สุวิมล อุไกรษา³
Tirawat Sompipong, Angkhana Khantreejitranon, Suwimon Ukraisa

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และใช้โปรแกรมในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ โดยรวมอยู่ในระดับตัดสินใจเป็นประจำ ข้อมูลพื้นฐานกับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มีความสัมพันธ์กับเพศและรายได้ต่อเดือนของนิสิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 และส่วนประสมทางการตลาดกับโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

คำสำคัญ (Keywords): การตัดสินใจ; เดลิเวอรี่; ผู้บริโภค

Received: 2023-07-06 Revised: 2023-07-25 Accepted: 2023-07-28

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตรศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Master of Arts, Home Economics Education Faculty of Education
Kasetsart University Corresponding Author e-mail: tirawat.so@ku.th

² คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Faculty of Education Kasetsart University

³ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Faculty of Education Kasetsart University

Abstract

This research were aimed to investigate the study students' decision to use food delivery service and factors related to the decision to use food delivery service of students in autonomous university, Bangkok. The sample used in this research were 400 undergraduate students in autonomous university, Bangkok. A multistage random sampling method was used. Data collection with questionnaires and use a program to analyze the data. Data analysis comprised of mean, frequency, percentage, standard deviation, and chi-square. The results of the study found that students in autonomous university had opinions about the overall marketing mix were at a high level. Overall, the decision to use a food delivery service was at the decision-making on a regular level. The basic data and the decision to use the food delivery service were related to gender and monthly income of students with statistical significance at the .01 and .05 levels. In addition, the marketing mix was related to the decision to use food delivery service with statistical significance at the .001 level.

Keywords: decision; delivery; consumer

บทนำ (Introduction)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 โลกเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโคโรนาไวรัส 2019 หรือโรคโควิด-19 องค์การอนามัยโรคประกาศว่าการระบาดครั้งนี้เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of Concern : PHEIC) คณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติมีมติให้โรคไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่ออันตราย ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID -19 ทำให้เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง โดยกำลังซื้อลดลง ส่งผลทำให้เศรษฐกิจ รายได้ครัวเรือน ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงตามไปด้วย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) นอกจากนี้ภาครัฐยกระดับมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาด โดยใช้มาตรการเข้มในการปิดกิจการหรือจำกัดการให้บริการด้านธุรกิจชั่วคราว ทำให้ประชาชนต้องอยู่บ้าน ทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) มีการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งรวมถึงการจำกัดการให้บริการของร้านค้า เหลือเพียงช่องทางการสั่งซื้อหน้าร้านหรือการส่งผ่านแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ส่งผลกระทบไปทุกภาคส่วนโดยทั้งภาคธุรกิจและทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป (บุญช่วย ค่ายาดี, 2564)

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนในสังคมเข้าสู่ชีวิตในรูปแบบความปกติใหม่หรือที่เรียกว่า New Normal โดยการรับประทานอาหารที่มีความปรับเปลี่ยนไปทั้งร้านค้าและผู้บริโภค ต้องมีการสวมหน้ากากอนามัย หน้ากากผ้า ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์หรือด้วยสบู่และน้ำ มีการเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร เลือกรับประทานอาหารที่สดใหม่ ปรุงสุก

หลีกเลี่ยงการรับประทานแบบกึ่งสุกกึ่งดิบ (กรมควบคุมโรค, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางทางธุรกิจที่ทันสมัย มีประชากรอย่างหนาแน่น และมีสภาพการจราจรที่ติดขัด ทำให้การดำรงชีวิตของผู้บริโภคต้องเร่งรีบเพื่อแข่งขันกับเวลาและต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจการจัดส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในยุค New Normal ได้ ส่งผลให้รูปแบบการใช้ชีวิตหันมาใช้บริการจัดส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการบริการของส่งบริการเดลิเวอรี่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ทำการสำรวจพบว่า ช่วงครึ่งแรกของปีพ.ศ. 2563 ปริมาณการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ไปยังที่พักผ่านแอปพลิเคชันมีการขยายตัวถึงร้อยละ 150 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และทำให้ทั้งปีพ.ศ. 2563 มีการขยายตัวสูงถึง 84 % เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นอัตราที่ก้าวกระโดด ขณะที่ความนิยมในการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ดึงดูดผู้ทำธุรกิจอาหารที่นำเสนอข้อมูลรูปแบบการทำธุรกิจที่ต่างจากเดิมให้เข้ามาแข่งขัน โดยธุรกิจการจัดส่งอาหารเดลิเวอรี่ยังคงมีการแข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง จำเป็นที่จะต้องแข่งขันกันด้วยกลยุทธ์และความสามารถเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) โดยใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่นั้น ทำให้การส่งอาหารสามารถเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกเพื่อความสะดวกมากขึ้น สามารถกดสั่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการทางด้านเดลิเวอรี่นั้น ๆ ได้ โดยไม่จำเป็นต้องออกจากบ้าน ใช้เวลาน้อยลง และประหยัดค่าใช้จ่าย ตอบโจทย์ในการซื้อสินค้าได้ 24 ชั่วโมง ได้ซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลง โดยการใช้ชีวิตในยุค New Normal ต้องการความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษา วัยทำงาน จึงทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งธุรกิจการจัดส่งอาหารเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานอาหารได้สะดวกยิ่งขึ้น (ธนาศักดิ์ ช่างกระโทกและคณะ, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้สนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ข้อมูลแก่นิสิตในการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารที่ถูกต้อง เหมาะสมและเป็นแนวทางแก่อาจารย์สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ศึกษาและสาขาที่เกี่ยวข้อง ในการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในการจัดการเรียนการสอน พร้อมทั้งใช้บริการที่ถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายอาหารที่เกี่ยวข้องในการจัดบริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันและจัดการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 15 มหาวิทยาลัย และมีนิสิตนักศึกษา 120,136 คน โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้จำนวน 384 คน ใช้ตารางของ Krejcie and Morgan ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านโปรแกรม Google Forms

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร เป็น ได้แก่ เพศ อายุ ผลการเรียน สถานที่อยู่อาศัย รายได้ต่อเดือนของนิสิต จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัย สถานที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แอปพลิเคชันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ของการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ และช่องทางการชำระเงิน

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็นสอบถามเกี่ยวกับ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

แบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนิสิตนักศึกษา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบและหาค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้ทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์ทดลองเก็บข้อมูล มาวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.88 แสดงว่า

แบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อมั่นที่ใช้ได้ จึงได้นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลพื้นฐานของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ผลการเรียน รายได้ต่อเดือนของนิสิต จำนวนสมาชิกที่อยู่อาศัย สถานที่อยู่อาศัย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แอปพลิเคชันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ของการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่องทางการชำระเงิน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย ความถี่ และค่าร้อยละ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็นสอบถามเกี่ยวกับ ด้านการรับรู้ ปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

5. ทดสอบเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน ส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย (Research Results)

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนิสิตนักศึกษา

ผลการศึกษา นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน (53.0%) มีอายุมากกว่า 20 ปี จำนวน 180 คน (45.0%) มีผลการเรียนระหว่าง 3.01–3.49 จำนวน 169 (42.3%) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–15,000 บาท จำนวน 131 คน (32.8%) มีสมาชิกที่อยู่อาศัย 3-4 คน จำนวน 179 คน (44.7%) อาศัยอยู่ที่บ้านของพ่อแม่และตัวนิสิตเอง จำนวน 183 คน (45.8%)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษา

ผลการศึกษา นิสิตนักศึกษา ส่วนใหญ่ ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab จำนวน 337 คน (84.2%) ใช้บริการระหว่างเวลา 18.01 – 24.00 น. จำนวน 194 คน (48.5%) ใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 146 คน (36.5%) ใช้บริการวันเสาร์ จำนวน 244 คน (61.0%) ชำระเงินด้วยเงินสด จำนวน 304 คน (76.0%)

ตอนที่ 3 การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

นิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 1.66$) โดยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านโปรโมชัน ($\bar{x} = 1.71$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 1.70$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 1.65$) และ ด้านราคา ($\bar{x} = 1.58$)

ตารางที่ 1 ภาพรวมส่วนประสมทางการตลาด

ลำดับที่	ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	SD.	ระดับ
1	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1.71	.36	มาก
2	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.70	.37	มาก
3	ด้านผลิตภัณฑ์	1.65	.38	มาก
4	ด้านราคา	1.58	.44	มาก
รวม		1.66	.38	มาก

ตอนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษา

นิสิตนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง มีการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเป็นประจำ (65.2%) และมีการตัดสินใจเป็นบางครั้ง (34.8%) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับตัดสินใจเป็นประจำ

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน ส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษา

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลพื้นฐานกับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่

ข้อมูลพื้นฐาน	การตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				
	การรับรู้ปัญหา	การค้นหาข้อมูล	การประเมินทางเลือก	การตัดสินใจ	พฤติกรรมหลังการซื้อ
1. เพศ	×	×	×	✓	×
2. อายุ	×	×	×	×	×
3. ผลการเรียน	×	×	×	×	×
4. รายได้ต่อเดือน	✓	×	×	×	×

5. จำนวนสมาชิก	×	×	×	×	×
6. สถานที่อยู่อาศัย	×	×	×	×	×

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบ เดลิเวอรี่

ส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่				
	การรับรู้ปัญหา	การค้นหาข้อมูล	การประเมินทางเลือก	การตัดสินใจ	พฤติกรรมหลังการซื้อ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✓
2. ด้านราคา	✓	✓	✓	✓	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓	✓	✓	✓
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ เครื่องหมาย × หมายความว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

เครื่องหมาย ✓ หมายความว่า สอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่ใช้บริการของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร พบว่า นิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ ใช้บริการแอปพลิเคชัน แกร็บ ฟู้ด (Grab Food) สอดคล้องกับ ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนที่ใช้บริการสั่งอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab และนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานของ นุชสิงห์แก้ว (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ โดยใช้ แอปพลิเคชันแกร็บ ฟู้ด (Grab Food) มากที่สุด

จากการศึกษา ด้านการส่งเสริมทางการตลาดของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร พบว่า แอปพลิเคชันมีการแจกโค้ดส่วนลดอาหารและสินค้า ($\bar{x} = 1.74$) อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ศตานันท์ วิกิจพิสุทธิ์ (2560) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจใช้ บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่าน แอปพลิเคชัน อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ในหัวข้อแอปพลิเคชันมีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย สม่าเสมอ เช่น ให้ส่วนลดค่าส่งตามระยะทาง มีโปรโมชั่น ลดราคาอาหาร

จากการศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษา ซื้ออาหารแบบเดลิเวอรี่โดยพิจารณาจาก โปรโมชั่น จากร้านค้า สอดคล้องกับ ทวีพร ทวีสุข (2565) ที่พบว่า โปรโมชั่นของร้านค้าช่วยดึงดูดความสนใจในการใช้บริการ นอกจากนี้ ในประเด็น ซื้ออาหารแบบเดลิเวอรี่ โดยพิจารณาจาก ส่วนลดของสินค้า สอดคล้องกับ พิมพ์พมผกา บุญธนาพิรัชต์ (2560) ที่พบว่า การให้บริการ Food delivery มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น ส่วนลดในการสั่งอาหาร และส่วนลดค่าอาหาร

จากการศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีสมาชิกที่อยู่อาศัย 3-4 คน มีการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในระดับตัดสินใจเป็นประจำ มีสัดส่วนสูงกว่า นิสิตนักศึกษาที่มีสมาชิกที่อาศัยอยู่ 1-2 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในประเด็นท่านเลือกสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ เพราะช่วยให้ท่านหลีกเลี่ยงการเดินทาง สอดคล้องกับ ธิดา เขาวนะปัญญะ (2563) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE MAN ในการสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน เลือกเหตุผลหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัดมากที่สุด

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ดังนั้น นิสิตนักศึกษาควรนำกระบวนการตัดสินใจไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ในการเลือกใช้บริการเดลิเวอรี่ ซื้ออาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย และคำนึงถึงสุขลักษณะอนามัยในการเลือกซื้ออาหารแบบเดลิเวอรี่

2. จากผลการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ให้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการ โดยเน้นให้แอปพลิเคชันใช้งานง่าย สะดวก และมีร้านอาหารที่หลากหลาย รวมถึงด้านการจัดส่งที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร โดยนำปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ไป

พัฒนาและปรับปรุง การส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

3. จากผลการศึกษา การตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ของนิสิตนักศึกษาพบว่า การตัดสินใจอยู่ในระดับปฏิบัติเป็นประจำ ในด้านการตัดสินใจ ซื้ออาหารแบบเดลิเวอรี่โดยพิจารณาจาก โปรโมชั่นจากร้านค้า ดังนั้น ควรมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายหรือจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น การจัดโปรโมชั่นส่วนลดค่าจัดส่งสำหรับลูกค้าเก่าและมอบส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าใหม่ที่มาใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังต่อไปนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ กรุงเทพมหานคร ดังนั้น อาจจะมีการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสถานศึกษา ในแต่ละพื้นที่ และจังหวัดอื่น ๆ เช่น มหาวิทยาลัยของรัฐหรือเอกชน เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาว่ามีความแตกต่างในการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่อย่างไร

2. การศึกษาการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในครั้งนี้ ยังไม่ได้ศึกษาในเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ ควรมีการศึกษาเพื่อที่ได้ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการให้บริการเดลิเวอรี่ที่ตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ด้านความรู้ ด้านทัศนคติ ส่วนประสมทางการตลาด จาก 4P เป็น 7P เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมควบคุมโรค. (2564). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา Covid-19. สืบค้น 17 มีนาคม 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/>.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). ท้องถิ่นอกราชอาณาจักรที่เป็นเขตติดโรคติดต่ออันตรายกรณีโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19. สืบค้น 12 มกราคม 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/>
- ทวีพร ทวีสุข. (2565). แนวทางพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้บริโภคนอกเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). แอลงข่าวเศรษฐกิจและการเงินเดือนกรกฎาคม ปี 2564. สืบค้น 31 สิงหาคม 2564, จาก www.bot.or.th
- ธนาศักดิ์ ข่ายกระโทกและคณะ. (2563). กระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารในเทศบาลนครอุบลราชธานี. สืบค้น 1 กันยายน 2564, จาก www.rtu.ac.th

- ธัญลักษณ์ เชาวนะปัญญา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธิดา เชาวนะปัญญา. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE MAN ในการสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นุช สิงห์แก้ว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้น 25 เมษายน 2566, จาก <https://mmm.ru.ac.th/>
- บุญช่วย คำยาดี. (2564). โควิดพร้อมฟู้ดเดลิเวอรี่. สืบค้น 24 สิงหาคม 2564. จาก www.thaipost.net
- พิมพุมพกา บุญธนาพิรัตน์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศดานันท์ วิจยพิสุทธ์. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (Food Delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). หลังโควิด-19 ธุรกิจ Food Delivery บนการแข่งขันที่ยังรุนแรง สืบค้น 10 สิงหาคม 2564. จาก www.kasikornresearch.com