

การวิเคราะห์คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านอาหารในการเลือกใช้
ฟู้ดเดลิเวอรีแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Service Quality and Satisfaction Analysis of Food Delivery Service Platforms
among Restaurant Operators Located in Bangkok and its Vicinity

ภาณุมาศ วรรณศิริ¹ และ สุรมงคล นิมจิตต์^{2*}

Panumad Wannasiri¹, and Suramongkol Nimchit^{2*}

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

^{1,2}Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

อีเมล: panumad_w@mail.rmutt.ac.th¹, suramongkol_n@rmutt.ac.th²

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 มิถุนายน 2566

18 ตุลาคม 2566

21 ตุลาคม 2566

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเลือกใช้ธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและความพึงพอใจการให้บริการธุรกิจขนส่งอาหารในมุมมองของผู้ประกอบการ และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษานี้ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda, LINEMAN และ Grab Food จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร LINE MAN จากการประเมินคุณภาพการให้บริการ พบว่า LINE MAN มีคุณภาพการให้บริการดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ ส่วนความพึงพอใจของผู้ประกอบการ พบว่า LINE MAN ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย ด้านอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับการบริการ ด้านการประสานงาน และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งอาหาร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ฟู้ดเดลิเวอรี, คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ABSTRACT

The objectives of this study were to examine: 1) the selection of food delivery service platforms among restaurant operators located in Bangkok and its vicinity, 2) perceptions regarding service quality and satisfaction of food delivery service platforms, and 3) factors influencing the choice of food delivery services platforms among restaurant operators located in Bangkok and its vicinity. There were 385 sample selected via Quota Sampling and Purposive sampling. This study used a questionnaire to collect quantitative data from a sample group of 385 restaurant operators located in Bangkok and its vicinity who utilized food delivery service platforms, namely foodpanda, LINEMAN, and Grab Food. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and logistic regression analysis.

The study results revealed that the majority of the sample group preferred to use LINE MAN services. In terms of service quality, LINE MAN was identified as the best platform, especially in the dimensions of responsiveness, reliability, and assurance. Furthermore, LINE MAN was also found to be the most satisfactory platform for the sampled restaurant operators, particularly in terms of cost efficiency, hospitality of service providers, convenience of service, coordination, and information provision. The hypothesis testing indicated that service quality of food delivery service platforms and user satisfaction influenced the choice of food delivery service platforms among restaurant operators located in Bangkok and its vicinity at the statistically significant level of .05.

Keywords: Food Delivery, Service Quality, Customer Satisfaction

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ที่เกิดขึ้นทั่วโลกที่ผ่านมาประกอบกับการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป ส่งผลให้คนส่วนใหญ่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม ลดการสังสรรค์และการรับประทานอาหารนอกบ้าน นอกจากนี้การที่เทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้ามากขึ้น รวมถึงการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้นมากกว่า ร้อยละ 40 รวมถึงการใช้ภัยด้วยระบบออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้บริการสั่งอาหารทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันธุรกิจการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการขยายตัวในช่วงปี 2557 - 2561 ที่ผ่านมามีอยู่ที่ยอดร้อยละ 11 และคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 ในปี 2565 จากผลสำรวจโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2562) พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63 คิดว่าการมีบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเวลาในช่วงเวลาที่เร่งรีบ จึงยอมเสียสละเงินเพื่อสั่งอาหารออนไลน์และไม่ต้องเสียเวลาในการเข้าแถวรออาหาร ประกอบกับพฤติกรรม

ของคนไทยที่มีข้อจำกัดด้านเวลา อาจส่งผลทำให้ไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากสถานที่ร้านค้าหรือห้างร้านลดลง คนไทยมีแนวโน้มเลือกใช้บริการขนส่งอาหารเพิ่มมากขึ้น นอกจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจออนไลน์ให้เติบโตมากขึ้นแล้ว ยังมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกขึ้น ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารทั่วประเทศจำนวนมากจึงหันมาใช้บริการการขนส่งอาหารผ่านผู้ให้บริการหรือที่เรียกว่า “ฟู้ดดีลิเวอรีแพลตฟอร์ม” เพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มฐานลูกค้าที่อยู่ในระยะไกลที่ไม่สามารถเดินทางมารับประทานอาหารที่ร้านได้ ซึ่งเป็น บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคได้เป็นอย่างดีและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย (Workpoint News, 2562)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563, เมษายน) ได้สำรวจพฤติกรรมของคนไทยสำหรับการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า มีผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์สูงถึงร้อยละ 85 เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกใช้ธุรกิจขนส่งอาหารเกิดจากความกังวลเรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสมากถึง 34 % จึงทำให้ธุรกิจการให้ฟู้ดดีลิเวอรีขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารและจัดการร้านอย่างแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์เป็นทางเลือกที่ดีในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคได้

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับฟู้ดดีลิเวอรีที่ผ่านมาส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาจากมุมมองของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ พิมพ์มณฑา บุญนาพิริษฐ์ (2560) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือ นุช สิงห์แก้ว (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และ ชนศ ลักษณ์พันธุ์ภักดี (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบดีลิเวอรีผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะพบว่างานวิจัยดังกล่าวข้างต้น จะศึกษาในมุมมองของผู้บริโภคและไม่ได้ศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณการใช้บริการฟู้ดดีลิเวอรีสูงที่สุด

จากความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑลว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยผลการศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ให้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร เพื่อให้ผู้บริการสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดังกล่าว ไปใช้ในการปรับปรุงด้านการให้บริการที่ดีมากขึ้นและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของตนเองได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกใช้ธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพและความพึงพอใจการให้บริการธุรกิจขนส่งอาหารในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหาร

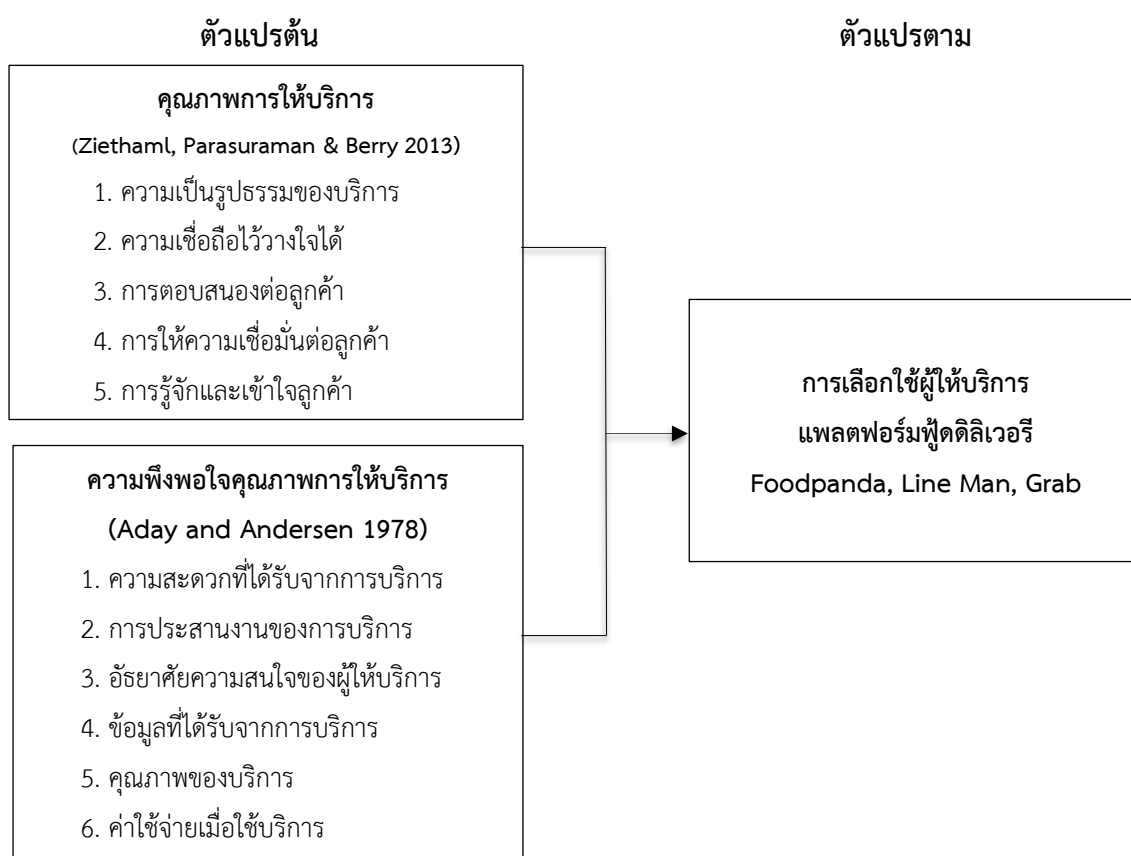
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการของแพลตฟอร์มตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่สมัครใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารได้แก่ foodpanda, LINEMAN, Grab Food เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์ม 3 อันดับแรก ได้แก่ Grab Food, LINEMAN , foodpanda เนื่องจากพื้นที่

การให้บริการจัดส่งที่ครอบคลุมในประเทศไทยและผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้ เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชัน 3 อันดับแรกที่ดำเนินกิจการฟู้ดดีลิเวอรีในประเทศไทย

ตารางที่ 1 การแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	เขต/อำเภอ	จำนวนประชากร (คน)	สัดส่วนประชากร	จำนวน (ชุด)
กรุงเทพมหานคร	50 เขต	5,527,994	59.04%	227
สมุทรปราการ	6 อำเภอ	1,356,449	14.49%	56
นนทบุรี	6 อำเภอ	1,288,637	13.76%	53
ปทุมธานี	7 อำเภอ	1,190,060	12.71%	49
รวม	80 เขต	9,363,140	100%	385

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เริ่มต้นด้วยการดูสต็อกเกอร์หน้าร้านที่มีสัญลักษณ์ของธุรกิจขนส่งอาหารที่ปรากฏหน้าร้าน ได้แก่ foodpanda, LINEMAN, Grab Food กับร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่เข้าร่วมสมัครให้บริการขายอาหารบนธุรกิจขนส่งอาหารได้แก่ Foodpanda, LINEMAN, Grab Food จากจำนวนประชากรในจังหวัดกรุงเทพและปริมณฑล อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติหรือ สสช. ทำการสำรวจข้อมูลในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยกำหนดการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran สำหรับการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและสามารถเขียนเป็นสมการได้คือ $n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$ โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 0.05 โดยกำหนดให้

N แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.5

Z แทน ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

e แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น 0.05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \sim n = 385$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 สถานประกอบการ เพื่อให้มีความผิดพลาด ไม่เกินร้อยละ 5 และมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือและคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนทางวรรณกรรม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) การเลือกผู้ให้บริการในการส่งอาหารและข้อมูล

ทั่วไปของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยใช้มาตรวัดแบบเลือกตอบ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการส่งอาหาร 3) ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ระดับ 1 ถึง 5 (1 คือ แย่ที่สุด และ 5 คือ ดีมาก) 4) ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม โดยข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 3 คน และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าครอนบาคแอลฟา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญและทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารนอกเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ร้าน ได้ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ระหว่าง 0.874 ถึง 0.961 ซึ่งสูงกว่า 0.7 ทุกข้อ โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.98

วิธีรวบรวมข้อมูล

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากจำนวนประชากรในจังหวัดกรุงเทพและปริมณฑล การคัดเลือกตัวอย่างเบื้องต้นด้วยการสังเกตสถิติเกอร์สัญลักษณ์ของธุรกิจขนส่งอาหารที่ปรากฏหน้าร้าน ได้แก่ foodpanda, LINE MAN, Grab และกำหนดสถานที่ของแต่ละพื้นที่และจำนวนแบบสอบถามที่แจกในแต่ละพื้นที่เท่า ๆ กัน เพื่อแจกแบบสอบถามและทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ประกอบการร้านอาหารในการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2565- มกราคม 2566 จากนั้นผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและบันทึกข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ได้แก่ วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยนำมาแจกแจงจำนวนความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปแปลผลและอภิปรายผลส่วนการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ เนื่องจากตัวแปรตามซึ่งเป็นการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารนั้น แบ่งเป็น 3 แพลตฟอร์มของผู้ให้บริการ จึงใช้การทดสอบด้วย Logistic Regression ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารและหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และการวิเคราะห์ความคิดเห็นเชิงคุณภาพ สำหรับข้อคำถามปลายเปิด

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การเลือกผู้ให้บริการในการส่งอาหารและข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านอาหารจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 385 ตัวอย่าง สามารถแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังต่อไปนี้

ในภาพรวมผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจร้านอาหารประเภทอาหารตามสั่ง จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ อาหาริตาเลียน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 อาหารไทย และอาหารญี่ปุ่น มีจำนวนเท่ากัน คือ 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.8 รายได้จากการขายหน้าร้าน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.1 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 - 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.4 รายได้ 30,001 - 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ 35,001 - 40,000 บาท จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.6 รายได้มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 รายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้แพลตฟอร์ม LINEMAN จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รายได้จากการขายผ่านดีลิเวอรี่แพลตฟอร์ม LINEMAN พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 - 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.1 ระยะเวลาในการเข้าร่วมขายอาหารกับดีลิเวอรี่แพลตฟอร์ม LINEMAN พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาคือ ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 ระยะเวลา 3-4 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แพลตฟอร์ม Grab จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.6 รายได้จากการขายผ่านดีลิเวอรี่แพลตฟอร์ม Grab พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 - 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 ระยะเวลาในการเข้าร่วมขายอาหารกับดีลิเวอรี่แพลตฟอร์ม Grab พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แพลตฟอร์ม foodpanda จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 รายได้จากการขายผ่านดีลิเวอรี่แพลตฟอร์ม foodpanda พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 - 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.2 ระยะเวลาในการเข้าร่วมขายอาหารกับดีลิเวอรี่แพลตฟอร์ม foodpanda พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมาคือ ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1

1.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการส่งอาหาร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการในภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	Foodpanda			LINEMAN			Grab Food		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.95	.621	ดี	3.98	.528	ดี	3.99	.568	ดี
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.79	.596	ดี	3.85	.559	ดี	3.82	.585	ดี
ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	3.75	.467	ดี	3.82	.572	ดี	3.76	.591	ดี
ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ	3.72	.630	ดี	3.79	.546	ดี	3.79	.603	ดี
ด้านความเอาใจใส่	3.66	.578	ดี	3.77	.557	ดี	3.75	.588	ดี
รวม	3.79	.541	ดี	3.85	.539	ดี	3.83	.573	ดี

จากตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการขนส่งอาหารเรียงตามลำดับ ได้แก่ LINEMAN, Grab และ foodpanda โดยทั้งหมดมีคุณภาพตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า Grab มีคุณภาพด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคุณภาพในระดับดี ($\bar{X} = 3.99$, S.D.=0.568) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN มีคุณภาพด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคุณภาพในระดับดี ($\bar{X} = 3.85$, S.D.=0.559) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN มีคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคุณภาพในระดับดี ($\bar{X} = 3.82$, S.D.=0.572) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเหมือนกันว่า LINEMAN ($\bar{X} = 3.79$, S.D.=0.546) และ Grab ($\bar{X} = 3.79$, S.D.=0.603) มีคุณภาพด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการสูงที่สุด และด้านความเอาใจใส่ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN มีคุณภาพด้านความเอาใจใส่สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคุณภาพในระดับดี ($\bar{X} = 3.77$, S.D.=0.557)

1.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อผู้ให้บริการส่งอาหารในการให้บริการด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ประกอบการในภาพรวม

ความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ	Foodpanda			LINEMAN			Grab Food		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความสะดวกที่ได้รับจาก การบริการ	3.64	.723	ดี	3.75	.548	ดี	3.74	.549	ดี
การประสานงานของ การบริการ	3.64	.440	ดี	3.74	.570	ดี	3.70	.582	ดี
อรรถาศัยความสนใจของ ผู้ให้บริการ	3.65	.448	ดี	3.76	.553	ดี	3.72	.604	ดี
ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	3.67	.615	ดี	3.71	.525	ดี	3.71	.598	ดี
คุณภาพของบริการ	3.63	.520	ดี	3.70	.532	ดี	3.70	.580	ดี
ความสามารถในการเสีย ค่าใช้จ่าย	3.75	.625	ดี	3.77	.567	ดี	3.77	.567	ดี
รวม	3.68	.485	ดี	3.84	.488	ดี	3.73	.571	ดี

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อผู้ให้บริการส่งอาหารเรียงตามลำดับ ได้แก่ LINEMAN, Grab และ foodpanda โดยทั้งหมดมีความพึงพอใจตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN มีความพึงพอใจด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{X}=3.75$, S.D.=0.548) ด้านการประสานงานของการบริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN มีความพึงพอใจด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.570) ด้านอรรถาศัยความสนใจของ ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN มีความพึงพอใจด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{X}=3.76$, S.D.=0.553) ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN และ Grab มีความพึงพอใจด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{X}=3.71$, S.D.=0.525) และ ($\bar{X}=3.71$, S.D.=0.598) ด้านคุณภาพของบริการของผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN และ Grab มีความพึงพอใจด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{X}=3.70$, S.D.=0.532) และ ($\bar{X}=3.70$, S.D.=0.580) และด้านความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่า LINEMAN และ Grab มีความพึงพอใจด้านนี้สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับดี ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.567) และ ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.567)

1.4 ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ foodpanda, LINEMAN และ GrabFood ของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร

ปรินมทล โดยใชัสถิตติการถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารผู้ประกอบการร้านอาหารใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	1.142	.340	11.301	1	.001	3.133
การตอบสนองต่อลูกค้า	.654	.304	4.645	1	.031	1.924
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	1.261	.411	9.406	1	.002	3.528
การสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ	.583	.286	4.150	1	.042	1.791
ความเอาใจใส่	-.008	.179	.002	1	.965	.992
Constant	-15.857	2.832	31.358	1	.000	.000

Cox & Snell R Square = .136, Nagelkerke R Square = .225

จากตารางที่ 4 พบว่าคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ foodpanda ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการจะมีโอกาสเลือกใช้บริการ แพลตฟอร์ม foodpanda 3.133 เท่า (Exp(B) = 3.133) นอกจากนี้แพลตฟอร์มที่มีการตอบสนองต่อลูกค้า มีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม foodpanda 1.924 เท่า (Exp(B) = 1.924) แพลตฟอร์มที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการจะส่งผลให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม foodpanda 3.528 เท่า (Exp(B) = 3.528) และแพลตฟอร์มที่มีการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีโอกาที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ แพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ foodpanda 1.791 เท่า (Exp(B) = 1.791) ซึ่งแพลตฟอร์มที่ให้ความสำคัญกับ คุณภาพการให้บริการ มีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ foodpanda เพิ่มขึ้นร้อยละ 85.8

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจขนส่งอาหาร LINEMAN

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	-.614	.253	5.904	1	.015	.541
การตอบสนองต่อลูกค้า	-.074	.153	.235	1	.628	.928
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	.070	.176	.159	1	.690	1.073
การสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ	1.256	.358	12.325	1	.000	3.510
ความเอาใจใส่	-.754	.271	7.748	1	.005	.471
Constant	.560	1.734	.104	1	.747	1.750

Cox & Snell R Square = .067, Nagelkerke R Square = .090

จากตารางที่ 5 พบว่าคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ LINEMAN ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการจะมีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม LINEMAN .541 เท่า ($\text{Exp}(B) = .541$) และแพลตฟอร์มที่มีความเอาใจใส่จะส่งผลให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม LINEMAN .471 เท่า ($\text{Exp}(B) = .471$) อย่างไรก็ตามแพลตฟอร์มที่มีการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม LINEMAN เพิ่มขึ้นร้อยละ 61.4 ($\text{Exp}(B) = 3.510$)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร Grab Food

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	-.535	.344	2.423	1	.120	.586
การตอบสนองต่อลูกค้า	-.834	.345	5.831	1	.016	.434
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	-.730	.343	4.537	1	.033	.482
การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ	-.152	.311	.239	1	.625	.859
ความเอาใจใส่	.907	.431	4.433	1	.035	2.476
Constant	5.721	2.110	7.350	1	.007	305.325

Cox & Snell R Square = .039, Nagelkerke R Square = .054

จากตาราง ที่ 6 พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ Grab Food ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าจะมีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab Food .434 เท่า ($\text{Exp}(B) = .434$) และแพลตฟอร์มที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการจะส่งผลให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab Food .482 เท่า ($\text{Exp}(B) = .482$) อย่างไรก็ตามแพลตฟอร์มที่มีความเอาใจใส่มีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม Grab Food เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.7 ($\text{Exp}(B) = 2.476$)

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความสะดวกที่รับจากการบริการ	62.753	42577.175	.000	1	.999	1.791
การประสานงานของการบริการ	-.591	1.722	.118	1	.731	.554
อรรถประโยชน์ของบริการ	1.549	2.418	.410	1	.522	4.706
ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ	-16.415	43422.771	.000	1	1.000	.000
คุณภาพของการบริการ	1.104	2.270	.237	1	.627	3.017
ความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย	4.265	7726.985	.000	1	1.000	71.153
Constant	-211.968	31096.103	.000	1	.995	.000

Cox & Snell R Square = .481, Nagelkerke R Square = .730

จากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ Foodpanda ได้แก่ ความสะดวกที่รับจากการบริการ การประสานงานของการบริการ อรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ ข้อมูลที่รับจากการบริการ คุณภาพของการบริการ และ ความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร LINEMAN

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความสะดวกที่รับจากการบริการ	1.272	2.436	.273	1	.602	3.567
การประสานงานของการบริการ	-12.979	6.700	3.753	1	.053	.000
อรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ	15.305	6.907	4.910	1	.027	4.433
ข้อมูลที่รับจากการบริการ	5.523	11.422	.234	1	.629	250.437
คุณภาพของการบริการ	2.229	10.584	.044	1	.833	9.286
ความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย	-11.384	3.047	13.955	1	.000	.000
Constant	-1.115	2.066	.291	1	.589	.328

Cox & Snell R Square = .379, Nagelkerke R Square = .518

จากตารางที่ 8 พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ LINEMAN ได้แก่ อรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการและความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการจะส่งผลให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม LINEMAN 4.433 เท่า ($\text{Exp}(B) = 4.433$) อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการที่มีความสามารถในการเสียค่าใช้จ่ายมีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการแพลตฟอร์ม LINEMAN ลดลงร้อยละ 84.3 ($\text{Exp}(B) = .000$)

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร Grab Food

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความสะดวกที่รับจากการบริการ	.676	2.603	.067	1	.795	1.966
การประสานงานของการบริการ	4.061	2.843	2.041	1	.153	58.046
อรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ	4.381	2.795	2.457	1	.117	79.918
ข้อมูลที่รับจากการบริการ	3.659	2.929	1.561	1	.212	38.841
คุณภาพของการบริการ	-4.514	3.339	1.828	1	.176	.011
ความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย	-7.225	2.940	6.040	1	.014	.001
Constant	-4.056	1.321	9.434	1	.002	.017

Cox & Snell R Square = .187, Nagelkerke R Square = .252

จากตารางที่ 9 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ Grab Food ได้แก่ ความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยผู้ใช้บริการที่มีความสามารถในการเสียค่าใช้จ่ายมีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี่ Grab Food ลดลงร้อยละ 69.8 ($\text{Exp}(B) = .001$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยจะพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ เนื่องจากคุณภาพการบริการที่เป็นรูปธรรมเหล่านี้มีความสำคัญต่อลูกค้าและส่งผลต่อการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารของผู้ประกอบการได้ ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะเลือกแพลตฟอร์มการจัดส่งอาหารที่สามารถมอบประสบการณ์การบริการลูกค้าที่รวดเร็วและตอบสนองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชลิตา ชนะวีรรณ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองทางอารมณ์ภาพลักษณ์ ส่งผลในทางบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการส่งพัสดุภัณฑ์ เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับบริการที่เชื่อถือได้และสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในผู้รับบริการ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งอาหารด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความสำคัญต่อลูกค้าเช่นกัน เนื่องจากส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของผู้ประกอบการกับแพลตฟอร์มการจัดส่งอาหาร ตัวอย่างเช่น หากอาหารมาถึงล่าช้าหรือคุณภาพไม่ดี ลูกค้าอาจไม่พอใจและเลือกที่จะเปลี่ยนไปใช้แพลตฟอร์มอื่น ในทางกลับกัน หากอาหารมาถึงตรงเวลาและมีคุณภาพดี ลูกค้าก็มีแนวโน้มที่จะใช้แพลตฟอร์มเดิมต่อไป

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งอาหารด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda และ Grab Food ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเลือกแพลตฟอร์มการจัดส่งอาหารที่สามารถมอบประสบการณ์การบริการลูกค้าที่รวดเร็วและตอบสนองได้ เช่น เมื่อเกิดปัญหาขึ้น เช่น คำสั่งซื้อขาดหายไปหรือไม่ถูกต้อง ลูกค้าต้องการให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายด้วยความช่วยเหลือจากฝ่ายสนับสนุนลูกค้า

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งอาหารด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda และ Grab Food ซึ่งหมายความว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารที่สามารถส่งคำสั่งซื้อได้อย่างถูกต้องและตรงเวลาอย่างสม่ำเสมอ นี่เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการส่งอาหารเป็นทางเลือกที่สะดวกและประหยัดเวลา

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งอาหารด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร LINEMAN ซึ่งชี้ให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มการจัดส่งอาหารที่ทำให้ความรู้สึกไว้วางใจและมั่นใจในบริการของพวกเขา

คุณภาพการให้บริการของธุรกิจขนส่งอาหารด้านความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจขนส่งอาหาร LINEMAN และ Grab ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น การตอบสนองต่อข้อซักถาม หรือข้อกังวลของลูกค้า การให้ข้อมูลการสั่งซื้อที่ถูกต้องและละเอียด และการจัดการกับปัญหาใด ๆ ที่เกิดขึ้น ระหว่างกระบวนการสั่งซื้อและการจัดส่ง ลูกค้าที่รู้สึกว่าได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างตั้งใจมีแนวโน้มที่จะใช้แพลตฟอร์มจัดส่งอาหารอีกครั้งและแนะนำให้ผู้อื่นใช้

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda และ Grab เนื่องจากผู้ใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้มักให้ความสำคัญกับความสามารถในการส่งอาหารอย่างรวดเร็วและง่ายดายจากร้านอาหารที่หลากหลายและส่งถึงหน้าประตูบ้านของพวกเขา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพวิทย์ วชิราปัญญานนท์ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน โดยพบว่า ความพึงพอใจ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน เนื่องจากความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หากผู้ให้บริการสามารถมอบสิทธิประโยชน์เหล่านี้ได้อย่างสม่ำเสมอ พวกเขาก็มีแนวโน้มที่จะรักษาลูกค้าและดึงดูดลูกค้าใหม่

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านความสามารถในการเสียค่าใช้จ่าย มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจขนส่งอาหาร foodpanda และ Grab Food เนื่องจากแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารที่มีตัวเลือก การชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสดปลายทางหรือวิธีชำระเงินออนไลน์ อาจดึงดูดผู้ใช้มากกว่า เนื่องจากให้ความยืดหยุ่นและความสะดวกสบายมากกว่าในด้านการชำระเงิน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการประสานงานของการบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจขนส่งอาหาร LINEMAN และ Grab Food เนื่องจากการประสานงานกับร้านอาหารและคนขับรถส่งของได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้มั่นใจได้ถึงการส่งมอบตรงเวลาและคำสั่งซื้อที่ถูกต้อง การประสานงานของบริการนี้ช่วยสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์ม เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้และโอกาสในการทำธุรกิจซ้ำ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ธุรกิจขนส่งอาหาร LINEMAN เนื่องจากผู้ให้บริการที่แสดงอรรถาธิบายไม่ตรีผ่านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ เช่น ความสุภาพ ความเห็นอกเห็นใจ และความเต็มใจที่จะไปให้เหนือกว่านั้น มีแนวโน้มที่จะสร้างประสบการณ์เชิงบวกแก่ผู้ใช้และเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้ใช้

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ พบว่า LINEMAN และ Grab Food ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด เช่น รู้สึกพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้คำแนะนำตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ รู้สึกพึงพอใจกับคำแนะนำในการส่งเสริมการขายของร้านค้าหรือค่าโปรโมชันต่าง ๆ ของพนักงาน และรู้สึกพึงพอใจต่อพนักงานที่สามารถแก้ปัญหาได้ทันที

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ด้านคุณภาพของการบริการ พบว่า LINEMAN และ Grab Food ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด เช่น มีความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ รองลงมาคือ

มีความพึงพอใจของการตอบสนองจากผู้ให้บริการ เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการขอความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ และ มีความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารพบว่า ผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกที่ได้รับจากการบริการหรือบริษัทสร้างความพึงพอใจให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าจะได้รับความสะดวกจากการบริการ จะมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ LINEMAN และ Grab Food สูงกว่าแพลตฟอร์มอื่น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ต้องการได้รับอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ แนวโน้มที่จะเลือกใช้ LINEMAN ในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของแพลตฟอร์มตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มฟู้ดดีลิเวอรี่ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับความเอาใจใส่ หรือบริษัททำให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าจะได้รับความเอาใจใส่จากการบริการ มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ LINEMAN และ Grab สูงกว่าแพลตฟอร์มอื่น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ต้องการได้รับความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีโอกาสทำให้ผู้ประกอบการเลือกใช้ foodpanda และ LINEMAN สอดคล้องกับพัชรทิพย์ จารุทวี ผลนุกูล, ปิยากร พรพิริวิชญ์, เปมิกา พันธุ์สุมา, และ พิจักษณ์ วราเสนีย์วุฒิ (2563) ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้าและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจใช้บริการขนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทฟู้ดแพนด้า

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหารพบว่า ผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกที่ได้รับจากการบริการหรือบริษัทสร้างความพึงพอใจให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าจะได้รับความสะดวกจากการบริการ จะมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ foodpanda และ LINEMAN สูงกว่าแพลตฟอร์มอื่น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ต้องการได้รับอรรถาธิบายความสนใจของผู้ให้บริการ แนวโน้มที่จะเลือกใช้ LINEMAN ในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ภายใต้กรอบและผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปสร้างเป็นข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการควรประเมินความต้องการเฉพาะของตนเมื่อเลือกแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหาร ตัวอย่างเช่น หากร้านอาหารต้องการการจัดส่งที่รวดเร็วและเชื่อถือได้ LINEMAN อาจเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุด ในขณะที่หากร้านอาหารให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าอย่างเอาใจใส่ foodpanda อาจเป็นแพลตฟอร์มที่ต้องการ

ผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับการประสานงานของการบริการหรือบริษัทสร้างความพึงพอใจให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าจะได้รับความสะดวกจากการประสานงานของการบริการ ดังนั้น foodpanda ควรเพิ่มความความสะดวกจากการประสานงานของการบริการให้กับผู้บริโภค ผู้ประกอบการจะพิจารณาคุณภาพบริการ รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองของลูกค้า ความเอาใจใส่ และสร้างความมั่นใจ

ผู้ประกอบการสามารถพิจารณา LINEMAN สำหรับบริการที่เชื่อถือได้และเอาใจใส่ Grab สำหรับบริการลูกค้าที่รวดเร็วและตอบสนอง และ foodpanda สำหรับบริการที่เอาใจใส่และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะการวิจัยเพิ่มเติมในครั้งต่อไป อาจเปรียบเทียบแพลตฟอร์มการจัดส่งอาหารตามภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทยเพื่อดูว่ามีความแตกต่างในระดับภูมิภาคในด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแพลตฟอร์ม เพื่อให้รู้ถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่อยู่เบื้องหลังความสัมพันธ์นั้นได้ดียิ่งขึ้น อาจมีปัจจัยอื่นที่เป็นปัจจัยแอบแฝงอยู่ระหว่างความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรผลลัพธ์

เอกสารอ้างอิง

- ชนเศ ลักษณะพันธุ์ภักดี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ณพวิทย์ วชิราปัญญานนท์. (2560). ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).
- นุช สิงห์แก้ว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- พัชรหทัย จารุทวีผลบุญ, ปิยากร พรพิริวิชญ์, เปมิกา พันธุ์สุมา และ พิจักษณ์ วราเสนีย์วุฒิ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการ แอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3(2), 29-42.
- พิมพ์มณฑา บุญธนาพิริชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ. Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วชิรา ชนเศ. (2561). อิทธิพลของคุณภาพการบริการ และการรับรู้คุณค่าที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการส่งพัสดุด่วน. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). การแข่งขันของแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ดันธุรกิจ Food Delivery เติบโตต่อเนื่อง คาดมีมูลค่าสูงถึง 33,000 – 35,000 ล้านบาท ในปี 2562 (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2995). สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2565, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2995.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) (2563), ETDA เผย คน Gen -Y สั่งอาหารออนไลน์มากที่สุด และกว่า 40% สั่งเพราะหวั่นโควิด-19. สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2565, จาก ETDA. <https://www.etda.or.th/th/https://www-etda-or-th/th/newsevents/pr-news/Online-Food-Delivery-Survey-2020.aspx>

Workpoint News. (2562). การแข่งขันแอปพลิเคชันสั่งอาหาร ดันธุรกิจ *Food Delivery* มูลค่าสูง 3.5 หมื่นล้าน. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2565, จาก <https://workpointtoday.com/kasikorn-food-delivery/>