



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการขนส่งอาหาร : กรณีศึกษา ฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี

Influences of Online Media Exposure and Service Quality on Consumers' Decision to
Use Food Delivery Services: A Case Study of Food Panda in Uthai Thani Province

จงนิชฌพ รสรุณ¹

ดวงพร พุทธวงศ์^{1*}

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Email: daungporn_p@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล กระบวนการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์และปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้าของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในจังหวัดอุทัยธานีที่เคยใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่แบบอิสระ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ และด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อต่อครั้งที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้าแตกต่างกัน กระบวนการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความ และการเลือกจดจำ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้าของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี และพบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้าของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี ส่วนด้านความน่าเชื่อถือไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้าของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: บริการขนส่งอาหาร การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ คุณภาพการบริการ

Abstract

This independent study aimed to study the extent that personal factors, online media exposure, and service quality factors affect the decision to use Food Panda delivery service among consumers in Uthai Thani province. The sample group used in this study comprised 400 consumers in Uthai Thani province who had used Food Panda delivery service. The instrument used to collect data was a questionnaire. The statistics used to analyze data were percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, and multiple regression analysis. The study results revealed differences in consumers' personal factors, including weekly service



frequency and amount spent per purchase, affected the differences in their decision to use Food Panda delivery service. The four steps in the selective process of online media exposure comprising selective exposure, selective attention, selective perception and interpretation, and selective retention, all influenced the decision to use Food Panda delivery service among consumers in Uthai Thani province. Moreover, it was found that the dimensions of service quality factor comprising assurance, tangibility, empathy, and responsiveness, all affected the decision to use Food Panda delivery service among consumers in Uthai Thani province whereas the reliability dimension demonstrated no effect on the decision to use Food Panda delivery service among consumers in Uthai Thani province at a statistically significant level of .05.

Keywords: food delivery service, online media exposure, service quality

บทนำ

ฟู้ดแพนด้า (Food Panda) เป็นหนึ่งในผู้ให้บริการด้านการจัดส่งอาหาร และถือว่าเป็นธุรกิจการจัดส่งอาหารรายแรกของไทย ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมาก เนื่องจากมีผู้ร่วมธุรกิจที่เป็นร้านอาหารจำนวนมากกว่า 1,000 ร้าน ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และในอีกหลาย ๆ พื้นที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทย (Mazmaker Digital Marketing Solution, 2561) แต่เนื่องจากฟู้ดแพนด้าเริ่มมีคู่แข่งเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดมากมาย จึงทำให้เกิดแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น และต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดในระยะยาวกับคู่แข่งธุรกิจรายต่าง ๆ

เมื่อการแข่งขันเป็นสิ่งทีธุรกิจการจัดส่งอาหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการจัดส่งอาหารมีตัวเลือกในการหาข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเพิ่มขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นในปัจจุบันช่องทางข่าวสารออนไลน์ถือได้ว่าเป็นช่องทางหลักที่ผู้บริโภคเลือกใช้ในการหาทางเลือกในการใช้บริการจัดส่งอาหาร ตลอดจนต้องตระหนักต่อการหยิบยื่นบริการตามความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อรักษาและเพิ่มคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ และเพื่อให้ผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าธุรกิจขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า เป็นธุรกิจใหม่ที่เพิ่งจะเข้ามามีบทบาทในจังหวัดอุทัยธานีได้ไม่นาน และกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ธุรกิจจัดส่งอาหารได้เป็นทางเลือกใหม่ที่จะสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ที่มีธุรกิจจัดส่งอาหารฟู้ดแพนด้าเข้ามาดำเนินงานเป็นรายแรกของจังหวัดอุทัยธานี

ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหาร : กรณีศึกษา ฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี” เป็นการเติมเต็มองค์ความรู้ในธุรกิจที่ให้บริการขนส่งอาหาร และเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายและดำเนินธุรกิจขนส่งอาหารให้ตรงกับรูปแบบและวิถีชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานีที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เน้นการศึกษาถึงปัจจัยการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์และคุณภาพการบริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี ที่เคยใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า จำนวน 400 คน ในบริเวณสถานที่จำหน่ายอาหารที่เข้าร่วมบริการขนส่งอาหารของบริษัทฟู้ดแพนด้า ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

การทบทวนวรรณกรรม

รดา เกตุแก้ว (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจข้อมูลผ่านแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ได้ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการในผู้รับบริการ และ ปัจจัยการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ด้านการเลือกเปิดรับ ด้านการเลือกให้ความสนใจ ด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจพบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ณรัชช เฉลิมแดน (2563) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจข้อมูลผ่านแบบสอบถาม จำนวน 386 ชุด ได้ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ LINEMAN รองลงไป ได้แก่ Grab food และ Food Panda ตามลำดับ สำหรับประเภทอาหารที่สั่งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ฟาสต์ฟู้ด รองลงไป คือ อาหารตามสั่ง และเครื่องดื่ม ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี โดยใช้แบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ 4 ประเด็น คือ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีต่อการใช้บริการฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี (3) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีต่อการใช้บริการฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี (4) ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือกรอกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนเกณฑ์การวัดของแบบสอบถามระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฟู้ดแพนด้า จะใช้วิธีการวัดแบบมาตราส่วน Likert Scale ใช้ในการวัดระดับการวัดประเภทอันตรภาคชั้น มีการกำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีการให้ระดับคะแนนค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Pack for Social Science) ในการประเมินข้อมูล โดยการวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี โดยใช้วิธีสมการการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์และคุณค่าบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหาร : กรณีศึกษา ฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 237 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 230 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 292 คน ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 97 คน มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 170 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 302 คน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการฟู้ดแพนด้าอยู่ที่ 101 – 200 บาทต่อครั้ง จำนวน 201 คน ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการฟู้ดแพนด้า คือ 12.01 – 16.00 น. จำนวน 140 คน ความถี่ในการใช้บริการฟู้ดแพนด้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 2 – 5 ครั้งต่อสัปดาห์ และช่องทางข่าวสารที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักฟู้ดแพนด้า คือ Facebook



ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์กับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.237	.176		7.023	.000**
ด้านการเลือกเปิดรับ	.177	.043	.195	4.135	.000**
ด้านเลือกให้ความสนใจ	.235	.036	.306	6.568	.000**
ด้านการเลือกรับรู้และตีความ	.110	.038	.133	2.862	.004**
ด้านการเลือกจดจำ	.181	.038	.217	4.825	.000**

R = .660 R² = .435 Adjusted R² = .429 SE_{Est} = .27831 F = 76.079 p = .000**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี จากผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์กับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านการเลือกเปิดรับ (Sig. = .000) ด้านการเลือกให้ความสนใจ (Sig. = .000) ด้านการเลือกรับรู้และตีความ (Sig. = .004) และด้านการเลือกจดจำ (Sig. = .000)

สัมประสิทธิ์การกำหนด (R² = .435) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการเลือกเปิดรับ ด้านเลือกให้ความสนใจ ด้านการเลือกรับรู้และตีความ และด้านการเลือกจดจำ สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี ได้ถึงร้อยละ 43.5 ที่เหลืออีกร้อยละ 56.5 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .27831 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .660 โดยสามารถแบ่งเป็นรูปแบบสมการได้ ดังนี้

สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients)

$$Y = 1.237 + 0.177X_1 (\text{ด้านการเลือกเปิดรับ}) + 0.235X_2 (\text{ด้านการเลือกให้ความสนใจ}) + 0.110X_3 (\text{ด้านการเลือกรับรู้และตีความ}) + 0.181X_4 (\text{ด้านการเลือกจดจำ})$$



ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.771	.143		5.389	.000**
ความน่าเชื่อถือ	.063	.036	.073	1.736	.083
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	.120	.036	.142	3.376	.001**
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.201	.035	.242	5.716	.000**
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	.180	.038	.203	4.688	.000**
การตอบสนองต่อลูกค้า	.252	.036	.304	6.929	.000**

R = .781 R² = .609 Adjusted R² = .604 SE_{Est} = .23175 F = 122.908 p = .000**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ข้อมูลคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี จากผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Sig. = .001) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Sig. = .000) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Sig. = .000) และการตอบสนองต่อลูกค้า (Sig. = .000)

สัมประสิทธิ์การกำหนด (R² = .604) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และปัจจัยการตอบสนองต่อลูกค้า สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี ได้ถึงร้อยละ 60.4 ที่เหลืออีกร้อยละ 39.6 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .23175 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .781 โดยสามารถแบ่งเป็นรูปแบบสมการได้ ดังนี้

สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients)

$$Y = 0.771 + 0.120X_1 (\text{การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า}) + 0.201X_2 (\text{ความเป็นรูปธรรมของการบริการ}) + 0.180X_3 (\text{การรู้จักและเข้าใจลูกค้า}) + 0.252X_4 (\text{การตอบสนองต่อลูกค้า})$$

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาสรุปว่า มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง และปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี มีการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ นุชนารถ และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ



Food Delivery ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านจำนวนเงินเฉลี่ยแต่ละครั้งและปัจจัยส่วนบุคคลด้านความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Food Delivery ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ผลการศึกษาสรุปว่าการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเลือกเปิดรับ ด้านการเลือกให้ความสนใจ ด้านการเลือกรับรู้และตีความ และด้านการเลือกจดจำ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้าของผู้บริโภคในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา เกตุแก้ว (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านการเลือกเปิดรับ ด้านการเลือกให้ความสนใจ ด้านการเลือกรับรู้และตีความ และด้านการเลือกจดจำมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ผลการศึกษาสรุปว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สมมติฐานที่ 3 สอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา เกตุแก้ว (๒๕๖๑) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการในผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้งานธุรกิจในด้านขนส่งอาหาร หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง

1.1 จากการศึกษา การเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ดังนั้นธุรกิจหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรมีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นและสม่ำเสมอ ทั้งยังควรมีการโพสต์ข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องโปรโมชั่น ส่วนลดค่าบริการ รวมถึงวิธีการใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อเข้าถึงผู้ใช้บริการ และจงใจให้กับผู้ใช้รายใหม่สนใจและหันมาใช้งานบริการขนส่งอาหารมากยิ่งขึ้น และยังเป็นช่องทางรับรู้ข่าวสารที่เข้าถึงง่าย และสะดวกต่อผู้ใช้บริการ อีกทั้งการสื่อสารให้ผู้รับบริการเห็นถึงประโยชน์ของบริการขนส่งอาหารจะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมค่านิยมของผู้รับบริการให้เห็นชัดยิ่งขึ้น

1.2 จากการศึกษา คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งอาหารฟู้ดแพนด้า ในจังหวัดอุทัยธานี ดังนั้นธุรกิจหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรคงไว้ของมาตรฐานที่มีอยู่ มากไปกว่านั้นคือการคัดสรรบุคคลากรผู้ให้บริการรวมถึงเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัวสุภาพ



สะอาดเรียบร้อย รวมไปถึงการสนทนากับผู้รับบริการให้มีความสุขภาพ เพื่อสร้างรูปธรรมอันดีแก่ธุรกิจขนส่งอาหาร และเพื่อให้มีคุณภาพและเป็นมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้การมีบริการรถขนส่งอาหารให้มีจำนวนรถเพียงพอและครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในช่วงเวลาที่ผู้รับบริการต้องการได้ จะช่วยให้ผู้รับบริการเห็นถึงคุณภาพของธุรกิจ ทั้งยังควรสร้างแอปพลิเคชันให้มีการใช้งานง่าย เพื่อที่จะเข้าถึงทุกกลุ่มผู้รับบริการ ไม่เพียงแต่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา หรือกลุ่มคนวัยทำงานเท่านั้น การสร้างคุณภาพการบริการที่น่าประทับใจให้มากขึ้นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการ และรู้สึกแตกต่างเมื่อเทียบกับธุรกิจขนส่งอาหารอื่น เพื่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเกิดการบอกต่อ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

2.1 แนะนำให้ทำการศึกษากับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ ในสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น อาชีพ ให้เจาะลึกลงไปในแต่ละอาชีพ

2.2 แนะนำให้ศึกษากับตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษาอยู่นี้ เช่น ตัวแปรด้านการใช้งานบริการเสริม เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างจากที่นำเสนอในงานฉบับนี้หรือไม่ เพื่อนำมาเปรียบเทียบว่าสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร ถ้ามีตัวแปรการให้บริการเสริมเพิ่มขึ้น ซึ่งผลที่จะได้รับนั้น จะได้สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น

2.3 ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาร่วมศึกษา เพื่อสามารถนำผลการศึกษามาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณได้ และทำให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ

เอกสารอ้างอิง

- พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล และคณะ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2563).
- รดา เกตุแก้ว. (2561). คุณภาพการบริการและการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Mazmaker Digital Marketing Solution. (2561). 4 บริการ Food Delivery เจ้าไหนเหมาะกับร้านของคุณ?. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://mazmaker.com/which-food-delivery-service-you-should-be-partner/>.