

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์
Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO ORDER PRODUCTS
THROUGH ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE PROVIDERS IN
CHAIYAPHUM PROVINCE



¹พรทิมา เจียรนัยธนะกิจ, ²สมปอง สุวรรณภูมา และ ³ณัฐดนัย แก้วโพนงาม

¹Pornthima Jearanaithanakit, ²Sompong Suwannaphuma
and ³Natdanai Kaewphonngam

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ประเทศไทย

Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand

¹ruedee8811@gmail

Received: July 05, 2023; **Revised:** July 25, 2023; **Accepted:** August 21, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ และ 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรตาม โดยรวมทุกด้าน พบว่าระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรตาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.32) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.08$ S.D.=.17) ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.45) และด้านวิธีการชำระเงินหลากหลาย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.01$ S.D.=.44) ตามลำดับ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery

¹ นักศึกษา สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

² ผู้ช่วยศาสตรา ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

³ ผู้ช่วยศาสตรา ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

online ในจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านราคา X_2 ด้านกระบวนการ X_6 ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 3.279 .275 และ -4.333 ตามลำดับ ควรพัฒนาระยะเวลาค่าบริการการส่งถึงผู้บริโภค พนักงานควรจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และค่าบริการไม่แพงเกินไปตามการสั่งและค่าบริการสินค้าที่ได้รับอยู่ในสภาพดีไม่เสียหายในส่วนของความเหมาะสม ในระบบการสั่งซื้อผ่านInternet เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยมีส่วนลดสำหรับการสั่งอาหาร สร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสม ปรับปรุงค่าบริการ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงินจัดเก็บค่าบริการที่เรียกเก็บไม่มีการบวกเพิ่มสามารถให้บริการชำระเงินในช่องทางที่หลากหลายลูกค้าสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้วิธีและสามารถโอนจ่ายปลายทาง โดยมีการแนะนำวิธีการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินเพื่อความรวดเร็วต่อลูกค้าที่ทันสมัยรวดเร็วเพื่อบริการลูกค้า มีโปรโมชั่นส่วนลดค่าจัดส่งที่หลากหลายแก่ลูกค้า มีการแนะนำในการเลือกใช้โปรโมชั่นที่หลากหลายสร้างความลูกค้าพอใจในรูปแบบของโปรโมชั่นในการสั่งซื้อสินค้า มีการโฆษณาโปรโมชั่นของการสั่งซื้อสินค้ากับโปรโมชั่นที่หลากหลายช่องทางในการสั่งซื้อสินค้า ด้วยความประทับใจในการจัดโปรโมชั่นที่หลากหลาย ในการลดแลกแจกแถมเพื่อดึงดูดลูกค้าในการบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, สินค้า, ระบบออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the decision level of purchasing products through online food delivery service providers in Chaiyaphum Province 2) to study the factors affecting the decision to purchase products through online food delivery service providers online in Chaiyaphum Province and 3) to find ways to improve decision making in ordering products through online food delivery service providers in Chaiyaphum Province. The research found that. The level of decision to order products through an online food delivery service provider in Chaiyaphum Province with dependent variables in all aspects found that the decision level of ordering products through an online food delivery service provider in Chaiyaphum Province with a dependent variable was at a moderate level. ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.32) in descending order as follows: The food delivery service fee was reasonable at a moderate level ($\bar{X}=3.08$ S.D.=.17), a variety of promotions was at a moderate level ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.45), and a variety of payment methods was at a moderate level ($\bar{X}=3.01$ S.D.=.44), respectively. Weight of importance of factors affecting decision to purchase products through online food delivery service providers in Chaiyaphum Province overall in all aspects Overall in all aspects, it was

found that the price aspect X2 process side X6 Marketing Promotion X4 The predictor coefficients in raw scores (b) were 3.279, .275 and -4.333, respectively.

Should develop the period of service for delivery to consumers the staff should deliver the goods quickly and the service charge is not too expensive according to the order and the service fee for the goods received is in good condition, not damaged on the part of the suit. in the Internet ordering system to help reduce costs with a discount for food orders Establish standards for food delivery services that are suitable improve service fee There is a standard in the service fee. Confirming the purchase of goods correctly, a variety of payment methods, collecting service fees, no additional charges, can provide payment services in a variety of channels. Customers can choose a payment method and can transfer the destination. By introducing payment methods through the payment system for speedy modern customers to serve customers there are various shipping discount promotions for customers. It is recommended to choose a variety of promotions to create customer satisfaction in the form of promotions for purchasing products. There are promotional advertisements in ordering products with various promotional channels in ordering products with the impression of organizing a variety of promotions to reduce, exchange, giveaways to attract customers in online ordering service.

Keywords : decision ; product 3 ; online system

บทนำ

ปัจจุบันอาหารถือเป็นอีกปัจจัยที่ทุกคนจะต้องรับประทานเพื่อการดำรงชีวิต ซึ่งแต่เดิมในยุคที่บริการจัดส่งอาหารและอินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลาย ผู้บริโภคคุ้นเคยกับการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารที่สามารถสั่งและนั่งรับประทานได้ โดยร้านอาหารที่สามารถนั่งรับประทานที่ร้านได้ในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ทั้งร้านอาหารรายย่อย ร้านอาหารทั่วไป ส่วนมากเป็นร้านอาหารที่เป็นอาหารที่คนไทยคุ้นเคย ร้านอาหารต่างประเทศและร้านอาหารหรู ร้านอาหารประเภทนี้มีทั้งที่เป็นแบรนด์จากต่างประเทศและคนไทยเป็นเจ้าของ โดยลำดับอาหารต่างประเทศที่คนไทยนิยมรับประทาน 5 อันดับแรก ได้แก่ อาหารญี่ปุ่น อาหารจีน อาหารอเมริกัน อาหารเวียดนาม อาหารอิตาลีเรียงตามลำดับ และร้านอาหารประเภทบริการด่วน ร้านอาหารประเภทนี้กว่าร้อยละ 90 จะเป็นธุรกิจเฟรนไชส์ประเภทฟาสต์ฟู้ด แต่ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการจราจรที่ติดขัดส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะอยู่บ้านรับประทานอาหารและเลือกใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่มากยิ่งขึ้น ประกอบกับการใช้บริการร้านอาหารส่วนมากจะใช้บริการในช่วงเวลากลางวัน ช่วงเย็น และเทศกาลต่างๆ ซึ่งการให้บริการที่หน้าร้านเพียงอย่างเดียวทำให้ร้านอาหารไม่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ

ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหาวิธีการที่จะสามารถรับประทานอาหารจานโปรดได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารเองก็หันมาให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการขายเพื่อให้ครอบคลุมและสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในหลายๆ ช่องทางมากยิ่งขึ้น (ณัฐศาสตร์ ปัญญา และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ, 2562 : 57)

สถานการณ์ที่เปลี่ยนไปนี้ทำให้บริการหน้าร้านเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการจึงหันมาให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการขายเพื่อให้ครอบคลุมและสร้างรายได้เพิ่มเติมจากบริการสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ในหลายๆ ช่องทาง ทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป โดยการนำเทคโนโลยี 3 เข้ามาใช้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ธุรกิจอาหารเองก็ใช้ประโยชน์ จากอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน โดยการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างความน่าสนใจ และเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นวงกว้าง การเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารและจัดการร้าน เป็นต้น รวมถึงการเข้ามาของธุรกิจบริการส่งอาหารอย่าง “Food Panda” “LINE MAN” และ “Grab Food” ดำเนิน ธุรกิจแบบ B2B2C กล่าวคือ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการรวบรวมร้านอาหารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน และให้บริการจัดส่งอาหารให้แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าของร้านอาหารนั้นๆ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง แอปพลิเคชันที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี (พิมพ์พุมภา บุญธนาพิรัชต์, 2560 : 147)

อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์ทั่วโลกในปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ในจังหวัดชัยภูมิทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตหลังจากผ่านช่วงปิดเมือง (Lockdown) เมื่อเดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม 2563 ที่ผ่านมา ซึ่งหลายครอบครัวต้องปรับพฤติกรรมจากที่เคยพาคนในครอบครัวออกไปรับประทานอาหารแบบนั่งรับประทานที่ร้านในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ก็เปลี่ยนมาเป็นเลือกซื้อวัตถุดิบมาทำอาหารรับประทานกันเองที่บ้าน หรืออีกทางเลือกที่สะดวกกว่ากัน ก็คือการสั่งอาหารมาทานที่บ้านกับครอบครัวแทน จากการปรับพฤติกรรมดังกล่าวส่งผลกระทบต่อร้านอาหารส่วนใหญ่ คือจำนวนผู้ใช้บริการในร้านอาหารลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีมาตรการปิดเมือง (Lockdown) ประชาชนส่วนใหญ่ในจังหวัดชัยภูมิเลือกที่จะไม่เดินทางออกมาใช้บริการตามร้านอาหาร หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตในสังคมปกติใหม่ (New Normal) ทำให้ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมบริการ อาทิเช่น การท่องเที่ยว การโรงแรม ร้านอาหาร หรือการให้บริการสปา จะต้องมีการปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการใช้บริการในรูปแบบใหม่ๆ เช่นกัน (Pat Thitipattakul, 2018)

พื้นที่จังหวัดชัยภูมิเป็นจังหวัดที่มีผลกระทบในระดับต้นๆ ในการที่บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากบริการจัดส่งอาหารสามารถตอบสนองความต้องการของคนไทยที่หันมาใช้ชีวิตอยู่บ้านกันมากขึ้น อาจเป็นผลมาจากมาจากการเดินทางออกนอกบ้านในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ทั้งจากราคาน้ำมันและค่าครองชีพอื่นๆ อีกทั้งการจราจรที่ไม่เอื้อต่อการเดินทาง นอกจากนี้วิถีชีวิตของคน

ในจังหวัดส่วนใหญ่อาจจะเหนื่อยล้าจากการทำงานจนไม่ยอมทำอาหารรับประทานเอง อีกทั้งจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีจำนวนน้อยลงทำให้การทำอาหารแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการซื้ออาหารสำเร็จรูปจากนอกบ้านมารับประทาน รวมไปถึงสภาพภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติที่มีแนวโน้มเกิดบ่อยขึ้น ล้วนส่งผลโดยตรงต่อตลาดบริการจัดส่งอาหารให้ได้รับความนิยมนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ทิวพร สำเนียงดี, 2558 : 159)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ไม่ว่าจะแนวทางใดต้องพัฒนาเป็นองค์รวมตลอดปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ มีการเชื่อมโยงผู้บริโภคในจังหวัดด้วยระบบต่างๆ ได้แก่ ระบบออนไลน์ Food delivery online และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลุ่มผู้ผลิตเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและเป็นเครือข่ายการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ประเด็นดังกล่าวทำให้ผู้วิจัย ศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ และแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ. ได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยภูมิ จำนวน 74,360 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดชัยภูมิ 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยภูมิ ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ปี 2564 จำนวน 74,360 คน คำนวณหาจำนวนตัวอย่างตามสูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ จำนวน 400 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารถให้ข้อมูลองค์ความรู้ความเป็นมา สภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 3 คน ในเขตจังหวัดชัยภูมิ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ เป็นการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพทั่วไปที่เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม 2) ด้านวิธีการชำระเงินหลากหลาย และ 3) ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล และ 6) ด้านกระบวนการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้า ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดของตัวแปรต้นและตัวแปรตามของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ในพื้นที่มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) เป็นมาตรานามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านค่าบริการส่งอาหาร 2) ด้านวิธีการชำระเงินหลากหลาย และ 3) ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล และ 6) ด้านกระบวนการ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมี 5 ระดับ ดังนี้ (Likert, 1932, p.1 – 55)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ เป็นคำถามประเภทสัมภาษณ์เชิงลึกในภาคสนาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงปริมาณ) หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงคุณภาพ) หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยคัดเลือก และจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ จัดทำบรรณานุกรมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำข้อมูลไปเขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่อายุตั้งแต่ 31-40 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคืออายุ 18-30 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมามีอาชีพเกษตรกร จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 13,000-20,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 8,000-12,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

2. การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรตาม โดยรวมทุกด้าน พบว่า ระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรตาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.32) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.08$ S.D.=.17) ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.45) และด้านวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.01$ S.D.=.44) ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรต้น โดยรวมทุกด้าน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรต้น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.33) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านบุคคล อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.12$ S.D.=.17) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.07$ S.D.=.16) ด้านราคา อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.06$ S.D.=.62) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน

ระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.14) ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.02$ S.D.=.56) และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=2.99$ S.D.=.69) ตามลำดับ

ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านราคา X_2 ด้านกระบวนการ X_6 ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 3.279 .275 และ -4.333 ตามลำดับ

บริษัทรับส่งอาหารทุกบริษัทที่เปิดให้บริการในจังหวัดชัยภูมิ ควรมีหลักเกณฑ์กำหนดชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบชัดเจนเรื่องของอัตราค่าบริการส่ง ในระบบการสั่งซื้อผ่านInternet เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยมีส่วนลดสำหรับการส่งอาหาร สร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสม ทุกบริษัทรับส่งอาหาร ได้อำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการในเรื่องการรับชำระเงินหลากหลายและเพียงพอแล้ว ทั้งในแง่ของการชำระเงินสดกับทางไรเตอร์ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลายช่องทางชำระเงินจัดเก็บค่าบริการที่เรียกเก็บไม่มีการบวกเพิ่มสามารถให้บริการชำระเงินในช่องทางที่หลากหลาย ลูกค้าสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้วิธีและสามารถโอนจ่ายปลายทาง โดยมีการแนะนำวิธีการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินเพื่อความรวดเร็วต่อลูกค้าที่ทันสมัยรวดเร็วเพื่อบริการลูกค้า มีโปรโมชั่น ส่วนลดค่าจัดส่งที่หลากหลายแก่ลูกค้า มีการแนะนำในการเลือกใช้โปรโมชั่นที่หลากหลาย

อภิปรายผล

ระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรตาม โดยรวมทุกด้าน พบว่า ระดับการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ ตัวแปรตาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.32) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านค่าบริการส่งอาหารเหมาะสม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.08$ S.D.=.17) ด้านโปรโมชั่นที่หลากหลาย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.05$ S.D.=.45) และด้านวิธีการชำระเงินหลากหลาย อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X}=3.01$ S.D.=.44) ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกฤษ เชาว์ชาญกิจ (2562) การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ดังนี้ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศและสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และลักษณะที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีการ ใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านผู้ให้บริการระบบออนไลน์ Food delivery online ในจังหวัดชัยภูมิ โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านราคา X_2 ด้านกระบวนการ X_6 ด้านการส่งเสริมการตลาด X_4 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ใน

คะแนนดิบ (b) เท่ากับ 3.279 .275 และ -4.333 ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสัมพันธ์ ภูมิ ตูลารักษ์ (2563) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารมากที่สุด คือ Grab Food สำหรับช่วงเวลาที่เรียกใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 18:01-22:00 น. ส่วนจำนวนครั้งที่เรียกใช้บริการต่อสัปดาห์ส่วนใหญ่นานๆ ครั้งจึงจะเรียกใช้บริการสถานที่จัดส่งอาหารส่วนใหญ่จะให้มาส่งที่บ้าน โดยสั่งอาหารมารับประทานกับครอบครัว ค่าอาหารที่สั่งต่อครั้ง โดยเฉลี่ยมากกว่า 500 บาท และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ แอปพลิเคชันคือตัดสินใจด้วยตนเอง

บริษัทรับส่งอาหารทุกบริษัทที่เปิดให้บริการในจังหวัดชัยภูมิ ควรมีหลักเกณฑ์กำหนดชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบชัดเจนเรื่องของอัตราค่าบริการส่ง ในระบบการสั่งซื้อผ่านInternet เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย โดยมีส่วนลดสำหรับการสั่งอาหาร สร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสม ทุกบริษัทรับส่งอาหาร ได้อำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการในเรื่องการชำระเงินหลากหลายและเพียงพอแล้ว ทั้งในแง่ของการชำระเงินสดกับทางไรเดอร์ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกวิธีที่มีความหลากหลายช่องทางการชำระเงินจัดเก็บค่าบริการที่เรียกเก็บไม่มีการบวกเพิ่มสามารถให้บริการชำระเงินในช่องทางที่หลากหลาย ลูกค้าสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้วิธีและสามารถโอนจ่ายปลายทาง โดยมีการแนะนำวิธีการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินเพื่อความรวดเร็วต่อลูกค้าที่ทันสมัยรวดเร็วเพื่อบริการลูกค้า มีโปรโมชั่น ส่วนลดค่าจัดส่งที่หลากหลายแก่ลูกค้า มีการแนะนำในการเลือกใช้โปรโมชั่นที่หลากหลายสร้างความลูกค้าพอใจในรูปแบบของโปรโมชั่นในการสั่งซื้อสินค้า มีการโฆษณาโปรโมชั่นของการสั่งซื้อสินค้ากับโปรโมชั่นที่หลากหลายช่องทางในการสั่งซื้อสินค้า ด้วยความประทับใจในการจัดโปรโมชั่นที่หลากหลาย ในการลดแลกแจกแถมเพื่อดึงดูดลูกค้าในการบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์ เนื่องจากพื้นที่เขตให้บริการยังจำกัดอยู่เพียงในเมือง ทำให้ร้านอาหารหรือพาร์ทเนอร์ที่จะเข้าร่วมมีจำนวนไม่มากนักไม่หลากหลาย ประกอบกับการเรียกเก็บค่า GP กับทางร้านอาหารอยู่ในอัตราที่สูงมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพิรานันท์ แก่งกล้า (2562) การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการนิยมใช้แอปพลิเคชัน Lineman สั่งอาหารมากที่สุด ซึ่งนิยมสั่งมารับประทานเป็นมือเย็นและนิยมสั่งในวันศุกร์และเสาร์อาหารที่สั่งเป็นประเภทอาหารไทย ซึ่งผู้ให้บริการนิยมสั่งมารับประทานที่บ้านหรือคอนโดบ่อยที่สุด สำหรับผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการพอใจมากที่สุดคือคุณลักษณะสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้อย่างสะดวกในกรณีที่เกิดปัญหาและคุณลักษณะจำเป็นที่ต้องมีคือราคาการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่เท่ากับการสั่งรับประทานที่ร้าน การใช้ตราดังเป็นพร็อพเรเตอร์และการจัดกิจกรรมแจกของรางวัลให้ลูกค้ามีส่วนร่วม

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

พนักงานควรจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและค่าบริการไม่แพงเกินไปตามการสั่งและค่าบริการสินค้าที่ได้รับอยู่ในสภาพดีไม่เสียหายในส่วนของความเหมาะสม ในระบบการสั่งซื้อผ่านInternet มีการสร้างบรรทัดฐานในการบริการส่งอาหารที่มีความเหมาะสม ปรับปรุงค่าบริการ มีมาตรฐานในค่าบริการ การยืนยันการสั่งซื้อสินค้าอย่างถูกต้องที่มีความหลากหลายช่องทางชำระเงินจัดเก็บค่าบริการที่เรียกเก็บไม่มีการบวกเพิ่มสามารถให้บริการชำระเงินในช่องทางที่หลากหลาย มีการแนะนำวิธีการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินเพื่อความรวดเร็วต่อลูกค้าที่ทันสมัยรวดเร็วเพื่อบริการลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- ทิวาพร สำเนียงดี. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสั่งอาหารจาก เดอะ พิซซ๋า คอม ปะนี ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ณัฐศาสตร์ ปัญญาณะ และวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอาหารตามสั่งแบบจัดส่ง*. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, 11 (1), 52-66.
- ณัฐฤกษ์ เซาร์ชาญกิจ. (2562). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิมพ์มณฑกา บุญธนาพิริชต์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิรานันท์ แก่ลงกล้า. (2562). *การวิเคราะห์คุณลักษณะของบริการแอปพลิเคชันเพื่อการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในกรุงเทพมหานคร*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สัณทวุฒิ ตูลารักษ์. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- Pat Thitipattakul. (2018). *Delivery 4.0 เมื่อบริการจัดส่งเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจอาหาร*. ค้นเมื่อ 6 กันยายน 2565. จาก <https://www.disruptignite.com/blog/delivery-impact-on-food-service>.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Ed. New York. Harper and Row Publications.