

ความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์  
กับประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับส่งอาหาร  
ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อ  
ไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

THE RELATIONSHIP BETWEEN CRITICAL SUCCESS FACTORS OF LOGISTICS  
PROCESSES AND THE OPERATIONAL EFFICIENCY OF FOOD DELIVERY  
BUSINESS ON THE SITUATION OF COVID-19 IN PATHUM THANI PROVINCE

วิญญู ปรอยกระโทก<sup>1</sup> นันทวัน แทนไทย<sup>1</sup> และกุลบัณฑิต แสงดี<sup>2\*</sup>  
Winyu Proykratok<sup>1</sup> NantawanTantha<sup>1</sup> and Kulbandid Sangdee<sup>2\*</sup>

Received : 8 February 2023

Revised : 25 July 2023

Accepted : 17 August 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 385 คน จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอนที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก นำข้อมูลวิเคราะห์เชิงสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์พบว่า 1) ผู้แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-29 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย

<sup>1</sup> สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

<sup>2</sup> สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก  
วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

<sup>1</sup> Business Administration Program in International Business

Rajamangala University of Technology Thanyaburi Pathum Tani

<sup>2</sup> Business Administration (Logistics and Supply Chain Management)

Rajamangala University of Technology Tawan-Ok Chakrabongse Bhuvanarth Campus Bangkok

\* ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: Kulbandid@gmail.com

---

ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการจากแอปพลิเคชัน Food Panda มากที่สุด ร้อยละ 43 โดยมีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด 4-6 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่าย 100-200 บาทต่อครั้ง และ 2) ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์โดยรวมสำคัญมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 คะแนน คือ ปัจจัยด้านการดูแลลูกค้า และประสิทธิภาพในการดำเนินการ โดยรวมที่สำคัญที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.49 คะแนน คือ ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร จากผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพในการดำเนินการในทางสถิติ พบว่า ภาพรวมปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยกับภาพรวมประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.21 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์รายด้านเรื่องปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอนและความสมเหตุสมผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านความพอใจของทุกฝ่าย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.19 และ 0.19 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**คำสำคัญ:** ปัจจัยความสำเร็จ / โลจิสติกส์ / ประสิทธิภาพ / โบบายแอปพลิเคชัน / โควิด-19

#### ABSTRACT

The purpose of this research was to study: 1) the behavior of consumers who purchased products from online food delivery companies on the COVID-19 situation in Phatum Thani province. 2) relationship between the critical success factors of logistics processes and the operational efficiency of food delivery services. And randomly selected 385 consumers who purchased products from an online food delivery company on the COVID-19 situation in Phatum Thani province for collected data by questionnaires, and then the data were analyzed by using average, percentage, standard deviation, and Pearson product moment correlation. The research findings were as follows: 1) Most of the respondents were female university students, within the age range of 20–29 years old, and had a monthly income range of 10,000–20,000 baht. The most people use services from the Food Panda application the most, 43 percent, with the highest frequency of using the service 4-6 times per month, at an expense of 100–200 baht per time. 2) The results of the analysis of the success factors of the overall logistics process are very important. With an average score of 3.57, with the highest average being the support for customers factor and overall operational efficiency, which are very important. with an average score of 3.49, with the highest average being procurement. In addition, the relationship between the critical success factors of logistics processes and the operational efficiency of food delivery services found that the success factors of logistics processes related in a positive direction to the overall

operational efficiency of food delivery services, with a correlation coefficient of 0.21 that was statistically significant at 0.01 levels, and the relationship between the critical success factors of logistics processes (rationality and timeliness) and the operational efficiency of food delivery services (satisfaction) was positive, with a correlation coefficient of 0.19 and 0.19, respectively that was statistically significant at 0.01 levels.

**Keywords:** Critical Success Factor / Logistics / Efficiency / Mobile Application / COVID-19

## บทนำ

ในช่วงของการเกิดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้สภาวะเศรษฐกิจต่าง ๆ ของทั่วโลกและของประเทศไทยชะลอตัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บางธุรกิจต้องปิดตัวลงแต่บางธุรกิจกลับได้รับโอกาสที่ดีในการเติบโต อาทิเช่น บริการส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) โดยเฉพาะการให้บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบริการส่งอาหาร (Food Delivery Service Application) แอปพลิเคชันบริการส่งอาหารกลายเป็นช่องทางสำคัญของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้บริโภค ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันบริการส่งอาหารต้องเร่งทำการตลาด จัดโปรโมชั่นมอบส่วนลดและยกเว้นค่าธรรมเนียมการจัดส่ง เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหาร และช่วยดึงดูดผู้บริโภครายใหม่ให้เข้ามาทดลองใช้งานในแพลตฟอร์มและเพิ่มความถี่ในการใช้งานของผู้บริโภครายเดิม ส่งผลให้ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดแอปพลิเคชันบริการส่งอาหารสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (วันวิสา วงศ์คำสาย, สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และสุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, 2565: 142)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า ในปี พ.ศ. 2564 ปริมาณการสั่งอาหารจัดส่งที่บ้านน่าจะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ล้านครั้ง หรือเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว เมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิดในปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนประมาณ 35 - 45 ล้านครั้ง โดยมีมูลค่าธุรกิจรวมสูงถึง 5.31 - 5.58 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัวสูงถึง 18.4 - 24.4 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปีที่ พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ วิธีการใช้ชีวิตประจำวันในช่วงการระบาดยังส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการจัดส่งอาหารเปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลต่อกิจกรรมการเข้ารับบริการในร้านอาหาร ทำให้มูลค่าของธุรกิจจัดส่งอาหารจะยังขยายตัวต่อเนื่อง โดยมีประเด็นสำคัญคือ การแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์จัดส่งอาหาร จำนวนออเดอร์เฉลี่ยต่อวันต่อรายของผู้จัดส่งอาหารที่คาดว่าจะลดลงจากจำนวนผู้ขนส่งอาหารที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการแข่งขันทำการส่งเสริมการขายด้านราคา ที่ทำให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารส่วนใหญ่ยังคงเผชิญความท้าทายในการสร้างผลกำไรสุทธิให้เป็นบวก โดยภาวะดังกล่าวจะยังคงดำเนินต่อเนื่องในอีก 1-2 ปี ข้างหน้า และเป็นประเด็นสำคัญของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่ต้องเร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564: หน้า 1)

จากการขยายตัวของผู้ใช้บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในยุคโควิด-19 (COVID-19) ข้างต้น ส่งผลให้เกิดความต้องการวัตถุดิบ สินค้า และบริการต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นทำให้การจัดการโลจิสติกส์มีความสำคัญอย่างมากในธุรกิจ เพราะการจัดการโลจิสติกส์เป็น

กระบวนการทำงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องให้เกิดการเคลื่อนย้ายจัดเก็บ รวบรวม กระจายสินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริหารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ (พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล, 2550: 19)

ดังนั้น สิ่งที่จะทำให้สามารถแข่งขันในธุรกิจได้นั้น คือ ปัจจัยความสำเร็จในแต่ละด้าน โดยเฉพาะปัจจัยความสำเร็จในกระบวนการโลจิสติกส์ที่มีความสำคัญต่อองค์กรอย่างมาก คณะผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นเพื่อจะศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จในกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพการทำงานธุรกิจให้บริการรับส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันในยุคโควิด-19 (COVID-19) จากแนวความคิดการบริหารจัดการ S-M-A-R-T หรือ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ คือ ปัจจัยที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ด้านครอบคลุมงานทางด้านโลจิสติกส์ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ (ชลดา พุ่มกะเนาว์, 2558: 19) ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยการศึกษาดังกล่าวจะนำไปสู่การทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จในกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพการทำงานธุรกิจให้บริการรับส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันในยุคโควิด-19 (COVID-19) และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจผู้ให้บริการรับส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันในยุคโควิด-19 (COVID-19) เพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้มีประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเป็นจังหวัดที่เป็นพื้นที่อุตสาหกรรม มีความหลากหลายผู้คนเข้ามาทำงานและอยู่อาศัย (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี, 2562) รวมไปถึงในปี พ.ศ. 2564 จังหวัดปทุมธานียังเป็นจังหวัดอันดับที่ 5 ของประเทศไทยที่มีคนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบริการส่งอาหาร (Marketingoops, 2564) แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คณะผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Khazanie (1996) ได้เสนอสูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ให้ใช้งานในกรณีที่ศึกษาค่าเฉลี่ยประชากรแต่ไม่ทราบจำนวนประชากร (หรือประชากรมีจำนวนมากตั้งแต่ 30,000 คนไปจนถึงจำนวนอนันต์) โดยที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ เท่ากับ 385 คน โดยงานวิจัยนี้ดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ และข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการดำเนินการของการบริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

## การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ร่างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและประยุกต์ให้เหมาะสมกับขอบเขตเนื้อหาของงานวิจัยนี้ โดยมีการแบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ และเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ โดยคณะผู้วิจัยกำหนดปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ 5 ปัจจัย ตามหลักการ S-M-A-R-T คือ หลักในการตั้งเป้าหมายและแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนเพื่อวัดผลการดำเนินงาน และสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อรรถพล ตรีภพ, 2554) โดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการดูแลลูกค้า (S: Support for Customer) คือ มีเป้าหมายที่ชัดเจนและเรียบง่ายในการให้บริการลูกค้าเพื่อบรรลุความต้องการลูกค้า

2) ปัจจัยด้านการวัดผล (M: Measurable) คือ มีการวัดผลในการให้บริการได้อย่างชัดเจนในเชิงปริมาณ และนำสถิติที่มีมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานได้

3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เพิ่มขึ้น (A: Attribute Favorability) คือ มีกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมในการให้บริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

4) ปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (R: Rationality) คือ มีการกำหนดเป้าหมายของการปฏิบัติงานที่สมเหตุสมผล คำนึงในการให้บริการ รวมทั้ง สอดคล้องกับความเป็นจริงและเป้าหมายที่วางไว้

5) ปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน (T: Timely) คือ มีการกำหนดเป้าหมายที่มีกรอบระยะเวลาในการดำเนินงานที่ชัดเจนในการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินการของการบริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 คณะผู้วิจัยกำหนดการประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินการ 4 ด้าน อ้างอิงตาม สมใจ ลักษณะ (2549) ดังนี้

1) ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ คือ การพิจารณาการปฏิบัติงาน ผลผลิตขององค์กร สามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

2) ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร คือ การพิจารณาในการจัดหาและใช้ทรัพยากร เช่น เงินงบประมาณได้ตามแผนปฏิบัติอย่างมีคุณภาพ

3) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน คือ การพิจารณาการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทหน้าที่เป็นไปตามมาตรการการปฏิบัติงาน

4) ด้านความพอใจของทุกฝ่าย คือ การพิจารณาผลงานความสำเร็จขององค์กรและกระบวนการปฏิบัติที่ใช้นำมาซึ่งความพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งลูกค้าและบุคลากรในองค์กร

โดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะเกณฑ์ของคำตอบมีให้เลือก 5 ระดับ ตามวิธีลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

ระดับคะแนน 5 คือ ระดับความคิดเห็นสำคัญมากที่สุด หรือ เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 คือ ระดับความคิดเห็นสำคัญมาก หรือ เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 คือ ระดับความคิดเห็นสำคัญปานกลาง หรือ เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 คือ ระดับความคิดเห็นสำคัญน้อย หรือ เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 คือ ระดับความคิดเห็นสำคัญน้อยที่สุด หรือ เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยคณะผู้วิจัยมีการแปลผลเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญหรือระดับความคิดเห็น โดยกำหนดความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น โดยสามารถนำมาแปลผลค่าเฉลี่ยเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจหรือระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้ดังนี้

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 สำคัญมากที่สุด หรือ เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 สำคัญมาก หรือ เห็นด้วยมาก

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 สำคัญปานกลาง หรือ เห็นด้วยปานกลาง

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 สำคัญน้อย หรือ เห็นด้วยน้อย

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 สำคัญน้อยที่สุด หรือ เห็นด้วยน้อยที่สุด

2. ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม จากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่า IOC เท่ากับ 0.85 แสดงว่ามีความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองกับประชากรในพื้นที่ที่ต้องการศึกษาโดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างมาจำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา หรือตามสูตร Cronbach's Alpha และต้องมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 โดยแบบสอบถามมีค่า Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ 0.85 แสดงว่า ชุดคำถามในแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัย ดำเนินการการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยให้กลุ่มตัวอย่าง

ทำแบบสอบถามผ่านทาง Google Docs Form ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการกระจายแบบสอบถามผ่านทาง Social Network ได้แก่ Facebook, Line เป็นต้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น วารสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่าน โฆษณาแอปพลิเคชัน และข้อมูล 2 คือ คะแนนความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์และประสิทธิภาพในการดำเนินการของการให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโฆษณาแอปพลิเคชัน โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการดำเนินการของการให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโฆษณาแอปพลิเคชัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ โดยมีการแปลความหมายการกำหนดช่วงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Best (1977: 240) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Best

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันมาก
0.51 – 0.80	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.21 – 0.50	มีความสัมพันธ์กันน้อยหรือต่ำ
0.01 – 1.20	มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

### ผลการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโฆษณาแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ที่มีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตพื้นที่ปทุมธานี			
ประเภทข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ	พฤติกรรมกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>	<b>100</b>	<b>1. การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร</b>	<b>100</b>
1.1 ชาย	45.50	1.1 Grap Food	22.25
1.2 หญิง	<u>54.50</u>	1.2 Food Panda	<u>43.00</u>
<b>2. อายุ</b>	<b>100</b>	1.3 Line Man	23.25
2.1 อายุต่ำกว่า 20 ปี	12.25	1.4 Robinhood	11.50
2.2 อายุ 20-29 ปี	<u>60.50</u>	<b>2. ความถี่ในการใช้บริการ</b>	<b>100</b>
2.3 อายุ 30-39 ปี	17.25	2.1 ความถี่ 1-3 ครั้งต่อเดือน	29.00
2.4 อายุ 40-49 ปี	8.75	2.2 ความถี่ 4-6 ครั้งต่อเดือน	<u>39.25</u>
2.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป	1.25	2.3 ความถี่ 7-10 ครั้งต่อเดือน	28.75
<b>3. ระดับการศึกษา</b>	<b>100</b>	2.4 ความถี่มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	3.00
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5.75	<b>3. ช่วงเวลาในการใช้บริการ</b>	<b>100</b>
3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	8.25	3.1 มื้ออาหารเช้า	6.00
3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย	23.75	3.2 มื้ออาหารกลางวัน	<u>52.75</u>
3.4 อนุปริญญา	21.75	3.3 มื้ออาหารเย็น	41.25
3.5 ปริญญาตรี	<u>33.25</u>	<b>4. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง</b>	<b>100</b>
3.6 สูงกว่าปริญญาตรี	7.25	4.1 ใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท	21.75
<b>4. อาชีพ</b>	<b>100</b>	4.2 ใช้จ่าย 100 - 200 บาท	<u>48.00</u>
4.1 นักเรียน/นักศึกษา	<u>40.75</u>	4.3 ใช้จ่าย 201 - 300 บาท	25.75
4.2 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	23.75	4.4 ใช้จ่ายมากกว่า 300 บาท	4.5
4.3 รับจ้างทั่วไป	14.75	<b>5. เหตุผลของการเลือกใช้บริการ</b>	<b>100</b>
4.4 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	11.25	5.1 สะดวก รวดเร็ว	26.00
4.5 พนักงานบริษัทเอกชน	9.50	5.2 ไม่ต้องการเสี่ยงไปรับประทาน ที่ร้าน	1.50
<b>5. รายได้</b>	<b>100</b>	5.3 ไม่สะดวกเดินทางที่ร้าน	18.25
5.1 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท	32.50	<b>5.4 มีโปรโมชั่นส่วนลด</b>	<u><b>36.00</b></u>
5.2 รายได้ 10,000-20,000 บาท	<u>36.25</u>	5.5 มีร้านที่มีชื่อเสียงในกระแสนิยม	10.75
5.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท	2.75	5.6 สามารถกำหนดเวลารับอาหารได้	7.5
5.4 รายได้ 30,001-40,000 บาท	16.50		
5.5 รายได้ 40,001-50,000 บาท	5.50		
5.6 รายได้มากกว่า 50,000 บาท	6.50		



จากตารางที่ 2 พบว่า จากการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่มีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในสถานการณ์การโควิด-19 ในเขตพื้นที่ปทุมธานี พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.50 มีช่วงอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 60.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 33.25 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 40.75 และมีรายได้ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 36.25 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ผ่านทางแอปพลิเคชัน Food Panda มากที่สุด ร้อยละ 43.00 โดยร้อยละ 39.25 มีความถี่ในการใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน มีการเลือกช่วงเวลาในการใช้บริการ ร้อยละ 52.75 เป็นอาหารในมือกลางวัน โดยมีค่าใช้จ่ายในช่วง 100-200 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 48.00 และเหตุผลที่มีการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เนื่องจากมีการมีโปรโมชั่นส่วนลดในแอปพลิเคชัน ร้อยละ 36

## 2. การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ที่มีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตพื้นที่ปทุมธานี			
ประเภทข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ	พฤติกรรมกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>	<b>100</b>	<b>1. การใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร</b>	<b>100</b>
1.1 ชาย	45.50	1.1 Grap Food	22.25
1.2 หญิง	<u>54.50</u>	1.2 Food Panda	<u>43.00</u>
<b>2. อายุ</b>	<b>100</b>	1.3 Line Man	23.25
2.1 อายุต่ำกว่า 20 ปี	12.25	1.4 Robinhood	11.50
2.2 อายุ 20-29 ปี	<u>60.50</u>	<b>2. ความถี่ในการใช้บริการ</b>	<b>100</b>
2.3 อายุ 30-39 ปี	17.25	2.1 ความถี่ 1-3 ครั้งต่อเดือน	29.00
2.4 อายุ 40-49 ปี	8.75	2.2 ความถี่ 4-6 ครั้งต่อเดือน	<u>39.25</u>
2.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป	1.25	2.3 ความถี่ 7-10 ครั้งต่อเดือน	28.75
<b>3. ระดับการศึกษา</b>	<b>100</b>	2.4 ความถี่มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	3.00
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5.75	<b>3. ช่วงเวลาในการใช้บริการ</b>	<b>100</b>
3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	8.25	3.1 มื้ออาหารเช้า	6.00
3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย	23.75	3.2 มื้ออาหารกลางวัน	<u>52.75</u>
3.4 อนุปริญญา	21.75	3.3 มื้ออาหารเย็น	41.25
3.5 ปริญญาตรี	<u>33.25</u>	<b>4. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง</b>	<b>100</b>
3.6 สูงกว่าปริญญาตรี	7.25	4.1 ใช้จ่ายต่ำกว่า 100 บาท	21.75

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ที่มีการใช้บริการสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในเขตพื้นที่ปทุมธานี			
ประเภทข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ	พฤติกรรมกลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
<b>4. อาชีพ</b>	<b>100</b>	<b>4.2 ใช้จ่าย 100 - 200 บาท</b>	<b>48.00</b>
4.1 นักเรียน/นักศึกษา	40.75	4.3 ใช้จ่าย 201 - 300 บาท	25.75
4.2 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	23.75	4.4 ใช้จ่ายมากกว่า 300 บาท	4.5
4.3 รับจ้างทั่วไป	14.75	<b>5. เหตุผลของการเลือกใช้บริการ</b>	<b>100</b>
4.4 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	11.25	5.1 สะดวก รวดเร็ว	26.00
4.5 พนักงานบริษัทเอกชน	9.50	5.2 ไม่ต้องการเสี่ยงไปรับประทาน ที่ร้าน	1.50
<b>5. รายได้</b>	<b>100</b>	5.3 ไม่สะดวกเดินทางที่ร้าน	18.25
5.1 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท	32.50	<b>5.4 มีโปรโมชั่นส่วนลด</b>	<b>36.00</b>
5.2 รายได้ 10,000-20,000 บาท	36.25	5.5 มีร้านที่มีชื่อเสียงในกระแสนิยม	10.75
5.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท	2.75	5.6 สามารถกำหนดเวลารับอาหารได้	7.5
5.4 รายได้ 30,001-40,000 บาท	16.50		
5.5 รายได้ 40,001-50,000 บาท	5.50		
5.6 รายได้มากกว่า 50,000 บาท	6.50		

จากตารางที่ 3 การสำรวจคะแนนความคิดเห็นปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่สูงที่สุด คือ ปัจจัยด้านการดูแลลูกค้า (S: Support for Customer) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.90 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการวัดผล (M: Measurable) เท่ากับ 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.89 ปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน (T: Timely) เท่ากับ 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.94 ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เพิ่มขึ้น (A: Attribute Favorability) เท่ากับ 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.95 และ ปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (R: Rationality) เท่ากับ 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.91 โดยเมื่อแปลผลในทุกปัจจัยมีระดับความสำคัญในระดับมากในทุกปัจจัย

จากการสำรวจคะแนนความคิดเห็นประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่สูงที่สุด คือ ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.94 รองลงมา คือ ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ เท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.87 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน เท่ากับ 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.86 และ ด้านความพอใจของทุกฝ่าย เท่ากับ 3.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.91 โดยเมื่อแปลผลในทุกด้านมีระดับความสำคัญในระดับมากในทุกด้าน ยกเว้นด้านความพอใจของทุกฝ่ายที่อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 3

โดยจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า คะแนนปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ (S-M-A-R-T) มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยกับคะแนนประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (Q.all) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.21 มี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 4) ซึ่งผลการวิเคราะห์รายด้านที่มีความสัมพันธ์กัน มีดังนี้

1) คะแนนปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (RR) มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยมากกับคะแนนด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Q1) และคะแนนด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Q4) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.19 และ 0.19 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 4)

2) คะแนนปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน (TT) มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยมากกับคะแนนด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Q1) ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร (Q2) และด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Q4) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.13, 0.18 และ 0.19 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 4)

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์สถิติคะแนนความคิดเห็นปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์	คะแนนความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
1. ปัจจัยด้านการดูแลลูกค้า (S: Support for Customer)	3.57	0.90	ระดับมาก
2. ปัจจัยด้านการวัดผล (M: Measurable)	3.49	0.89	ระดับมาก
3. ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เพิ่มขึ้น (A: Attribute Favorability)	3.44	0.95	ระดับมาก
4. ปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (R: Rationality)	3.43	0.91	ระดับมาก
5. ปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน (T: Timely)	3.45	0.94	ระดับมาก
<b>รวม</b>	<b>3.48</b>	<b>0.92</b>	<b>ระดับมาก</b>
<b>ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน</b>			
1. ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ	3.51	0.87	ระดับมาก
2. ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร	3.63	0.94	ระดับมาก
3. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	3.47	0.86	ระดับมาก
4. ด้านความพอใจของทุกฝ่าย	3.35	0.91	ระดับปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.49</b>	<b>0.92</b>	<b>ระดับมาก</b>

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่าง ภาพรวมปัจจัยความสำเร็จของ กระบวนการโลจิสติกส์ (S-M-A-R-T) กับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Q1, Q2, Q3, Q4)						ภาพรวม ประสิทธิภาพ ในการดำเนินงาน (Q.all)
ภาพรวมปัจจัยความสำเร็จของ กระบวนการโลจิสติกส์ (S-M-A-R-T)		Pearson Correlation				<u>0.21</u>
		Sig.(2-tailed)				<u>0.00</u>
ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่าง S-M-A-R-T กับ Q1, Q2, Q3, Q4						
	Correlation	Q1	Q2	Q3	Q4	Q.all
SS	Pearson Correlation	0.45	-0.04	-0.05	-0.02	-0.03
	Sig.(2-tailed)	0.37	0.48	0.34	0.63	0.51
MM	Pearson Correlation	-0.03	0.04	0.04	0.18	0.11
	Sig.(2-tailed)	0.58	0.41	0.43	0.00*	0.03
AA	Pearson Correlation	-0.03	0.11	-0.02	-0.05	0.01
	Sig.(2-tailed)	0.49	0.03	0.65	0.36	0.94
RR	Pearson Correlation	0.19	0.09	0.03	0.19	0.21
	Sig.(2-tailed)	<u>0.00*</u>	0.076	0.49	<u>0.00*</u>	<u>0.00*</u>
TT	Pearson Correlation	0.13	0.18	0.05	0.19	0.24
	Sig.(2-tailed)	<u>0.01*</u>	<u>0.00*</u>	0.29	<u>0.00*</u>	<u>0.00*</u>

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

SMART คือ ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการ  
โลจิสติกส์ 5 ปัจจัย

SS คือ ปัจจัยด้านการดูแลลูกค้า

MM คือ ปัจจัยด้านการวัดผล

AA คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เพิ่มขึ้น

RR คือ ปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล

TT คือ ปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน

Q1.t คือ ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ

Q2.t คือ ด้านการจัดการและใช้ทรัพยากร

Q3.t คือ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน

Q4.t คือ ด้านความพอใจของทุกฝ่าย

Q.all คือ ผลลัพธ์ในภาพรวม

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในสถานการณ์โควิด-19 เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ทำให้ทราบถึงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ 10,000-20,000 บาท สอดคล้องกับ ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่ระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี นักเรียนและนักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และยังคงสอดคล้องกับ ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข (2563)

ซึ่งทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิง อยู่ในเจนเนอเรชันวาย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท

โดยพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน Food Panda มากที่สุด ใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน เป็นอาหารในมื้อกลางวัน โดยมีค่าใช้จ่ายในช่วง 100-200 บาทต่อครั้ง และมีเหตุผลการใช้บริการจากการมีโปรโมชั่นส่วนลดในแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับ พิระนัฐ โฉวันทา (2564) ได้ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหาร Food Delivery ของ Food Panda ความถี่ในการใช้บริการ Food Delivery โดยเฉลี่ย คือ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ Delivery ต่อ 1 ครั้ง 101-200 บาท และยังสอดคล้องกับ ณัฏฐกร เฉลิมแดน (2563) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่นิยมสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์โดยใช้บริการ โลว์แมน แกร็บฟู้ด และฟู้ดแพนด้า

ผลการวิเคราะห์การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ (S-M-A-R-T) และประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมากเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับ ชลดา พุ่มกะเนาว์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจอาหารเสริม พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ (S-M-A-R-T) และประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจอาหารเสริมในภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ให้บริการรับสั่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน พบว่า คะแนนปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (RR) มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยมากกับคะแนนด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Q1) และคะแนนด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Q4) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.19 และ 0.19 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับ ณัฐพงษ์ สิบบุญเรืองและคณะ (2565) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่ระหว่าง Grabfood กับ LINE MAN ในสถานการณ์โควิด -19 ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการ ไรเดอร์เดลิเวอรี่ในเรื่องความเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล มีความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในการให้บริการและความพึงพอใจ สำหรับคะแนนปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน (TT) มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยมากกับคะแนนด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Q1) ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร (Q2) และด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Q4) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.13, 0.18 และ 0.19 ตามลำดับ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับ ณัฐพงษ์ สิบบุญเรืองและคณะ (2565) ได้การศึกษาคุณภาพการให้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่ระหว่าง Grabfood กับ LINE MAN ในสถานการณ์โควิด -19 ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่ในเรื่องการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านระยะเวลาที่แน่นอน โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่

ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จในการให้บริการ การจัดหาและใช้ทรัพยากร และความพึงพอใจ

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ให้บริการรับส่งอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชันสามารถนำปัจจัยความสำเร็จในกระบวนการโลจิสติกส์ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานทางด้านโลจิสติกส์ให้เกิดความเหมาะสมต่อผู้ใช้บริการในสถานการณ์โควิด-19 ได้ เช่น จากปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (RR) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคะแนนด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Q1) และความพอใจของทุกฝ่าย (Q4) หากผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสมเหตุสมผล (RR) ได้แก่ การสร้างความประทับใจต่อลูกค้าได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการ การกำหนดช่วงเวลาการให้บริการที่เหมาะสม และการไม่มีความผิดพลาดในการให้บริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Q1) และความพอใจของทุกฝ่าย (Q4) มากขึ้นตาม

2. ในกลุ่มธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยนี้กรณีศึกษา สามารถนำปัจจัยความสำเร็จในกระบวนการโลจิสติกส์ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานทางด้านโลจิสติกส์ให้เกิดความเหมาะสมต่อผู้ใช้บริการในสถานการณ์โควิด-19 ได้

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยอื่นถัดไปควรมีการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่มีผลกระทบต่อกลุ่มธุรกิจอื่นที่น่าสนใจตามกระแสนิยม เพื่อเพิ่มความหลากหลายขององค์ความรู้และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในวิเคราะห์และพัฒนาผลในอนาคตในเชิงกระบวนการด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### เอกสารอ้างอิง

ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร

ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชลดา พุ่มกะเนาว์. (2558). ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ

การดำเนินธุรกิจอาหารเสริม กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทริไลท์.

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ณัฐพงษ์ สีสัญเรือง, สัจจิตา พรหมโชติ และ พิมพา หิรัญกิตติ. (2565). การศึกษาคุณภาพ

การให้บริการไรเดอร์เดลิเวอรี่ระหว่าง Grabfood กับ LINE MAN ในสถานการณ์โควิด -19 ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 8(2): 256 - 270.

- ณัฏฐกร เฉลิมแดน. (2563). ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*. 2(1): 92 – 106.
- พีระนัฐ โสวันทา. (2564). การตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรียญญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วันวิสา วงศ์คำสาย, สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และ สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์. (2565). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจสั่งอาหารโดยใช้แอปพลิเคชันบริการส่งอาหารของผู้สูงอายุในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 9(2): 140-158.
- ศูนยวิจัยกสิกรไทย. (2564). Food Delivery โควิด...ต้นธุรกิจโตต่อ คาดปี 64 มูลค่าทะลุ 5.3 หมื่นลบ. ขยายตัว 18.4 - 24.4%. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-Delivery-FB-24-08-21.aspx>. (2564, 10 ตุลาคม).
- พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. (2550). โลจิสติกส์ก้าวอย่างประเทศไทยในกระแสโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุขภาพใจ บริษัท ตาตา พับลิเคชั่น.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี. (2562). รายงานการวิเคราะห์สถานะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://old.industry.go.th/pathumthani/index.php/2016-09-06-08-07-26/2016-09-06-08-09-08/23153-6-62-1/file>. (2564, 2 มิถุนายน).
- สมใจ ลักษณะ. (2549). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพฯ: เพิ่มทรัพย์การพิมพ์.
- อรรถพล ตรีภตรง. (2554). การพัฒนาแผนกลยุทธ์แบบมีส่วนร่วมด้วยหลักฉลาดวางแผน (SMART Planning) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอนตามหน่วยการเรียนรู้ แบบอิงมาตรฐานของโรงเรียนที่จัดการศึกษาภาคบังคับ 9 ปี. นครปฐม: สถาบันพัฒนาครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. (3<sup>rd</sup>ed). New Jersey: Prentic-Hall.
- Khazanie, R. (1996). *Statistics in a World of Applications*. Fourth Edition. New York: Harper Collins College Publishers.
- Marketingoops. (2564). เผยอินไซต์ Food delivery ช่วงโควิดระลอก 3 'ใครคือลูกค้าหลัก-เมนูไหนฮิต-ช่วงใดขายดีที่สุด' และ 'ร้านอาหารควรปรับตัวอย่างไร'. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.marketingoops.com/news/insight-food-delivery-covid-19/>. (2564, 2 มิถุนายน).