

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food
Delivery ในเชียงราย

Effects of Food Delivery Service Quality on Customer Satisfaction in
Chiang Rai

เมสสิยาห์ ทศวงศ์วรรณ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ Food delivery ในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ใช้บริการ Food Delivery จำนวน 432 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ระดับอาชีวศึกษานักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ Food Delivery โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยผู้บริการมีความความพึงพอใจในด้านประสิทธิภาพมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุพบว่า คุณภาพการให้บริการสามารถอธิบายความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Food Delivery ในเชียงราย ร้อยละ 72.80 ซึ่งความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ($B = .293, p < .000$) ตามด้วยความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการ ($B = .260, p < .000$) ตามด้วยความพึงพอใจในการประสิทธิภาพ ($B = .223, p < .000$) ตามด้วยความพร้อมของระบบ ($B = .156, p < .000$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการใช้สมาร์ทโฟนมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันเทคโนโลยีและสมาร์ทโฟนมีแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้หลากหลายฟังก์ชัน ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในไทย ในปี 2563 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที ซึ่งเป็น Generation Y ใช้มากที่สุด ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากถึง 69.5% เมื่อเทียบกับประชากรทั้งประเทศและเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 59.5%

การพัฒนาของเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วมาก ทำให้การเป็นอยู่การใช้ชีวิตของคนเราเปลี่ยนไปและธุรกิจก็เช่นกัน โดยธุรกิจสินค้าและบริการมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 50 ของธุรกิจทั้งหมด (ประภาพรพรณ และคณะ, 2566) ถึงแม้จะมีสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ซึ่งจากมูลค่าตลาดการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีในปี 2562 มีมูลค่า 33,000-35,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 14 และนั่นคือก่อนการระบาดของโรคโควิด 19 หมายถึงว่าการส่งอาหารออนไลน์ได้เริ่มมีความนิยมมากขึ้นและยิ่งมากขึ้น ขณะมีการระบาดของโควิด 19 (Marketeer Team, 2562) หลังจากสถานการณ์โควิด 19 ดีขึ้นแล้ววิถีชีวิตคนไทยก็ยังไม่ได้เปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคไปมากนัก ถึงแม้สถานที่ ร้านค้า ต่างๆ ได้กลับมาเปิดให้บริการ คนไทยยังคงนิยมส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอยู่ ด้วยการใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรีมากถึง 61.0% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุระหว่าง 16-64 ปี ส่วนค่าเฉลี่ยโลกสูงถึง 55.5% และมีการส่งอาหารผ่านแอปเดลิเวอรีมากยิ่งขึ้น (Marketeer Team, 2564) มีการคาดการณ์มูลค่าตลาดธุรกิจ Food Delivery ในปี 2566 จะอยู่ที่ประมาณ 8.6 หมื่นล้านบาท ลดลง 0.6% จากปี 2565 จากค่าใช้จ่ายในการส่งอาหารที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น (Price per Order) ประมาณ 8.6% จากปี 2565 หรือมีราคาเฉลี่ยประมาณ 183 บาทต่อการส่ง (กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 2556) ทำให้เห็นได้ว่าคนไทยมีการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันที่ไม่น้อยลงมาก ถึงแม้สถานการณ์โควิด 19 จะดีขึ้นแล้วก็ตาม และแอปพลิเคชันหรือผู้ให้บริการฟู้ดเดลิเวอรีที่ยังแข่งขันกันอย่างดุเดือด ต่างหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมากขึ้นอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นในด้านการโฆษณา พัฒนาแอปพลิเคชันให้ง่าย เพิ่มความปลอดภัย หรือลดเวลาในการจัดส่งให้รวดเร็วมากขึ้น

ด้วยเหตุข้างต้น จึงเกิดคำถามขึ้นว่าอิทธิพลใดของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ food delivery ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ food delivery โดยงานวิจัยนี้มี

ขอบเขตครอบคลุมสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ใช้แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีในเชียงราย โดยการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการ Food delivery ในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food delivery ในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food delivery ในจังหวัดเชียงราย

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการที่ด้านประสิทธิภาพ(Efficiency) ที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
2. คุณภาพการให้บริการที่ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) ที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
3. คุณภาพการให้บริการที่ด้านการตอบสนองความต้องการ (Fulfillment)ที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
4. คุณภาพการให้บริการที่ด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy and Security) ที่มีอิทธิพลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการ (Service and Quality) ได้แก่ ประสิทธิภาพ (Efficiency) ความพร้อมของระบบ (System Availability) การตอบสนองความต้องการ (Fulfillment) ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy and Security) และความพึงพอใจของลูกค้า ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่เคยใช้บริการ Food Delivery ในเชียงราย ขอบเขตด้านระยะเวลา วิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาการดำเนินการระหว่างเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2566

แนวคิด ทฤษฎีที่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพ หมายถึง สิ่งที่ได้มาซึ่งระดับความดีเลิศและต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Furret, 2005) บริการ หมายถึง ผลของการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ สามารถวัดด้วยความรู้สึกของผู้ได้รับบริการ (กรรณิกา สีทองสาย, 2562) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ดังนี้ คุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค หมายถึง การประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการโดยภาพรวม

(Parasuraman et al., 2005) คุณภาพบริการหมายถึง คุณภาพการให้บริการเป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ (Zeithaml, 1988) คุณภาพบริการ ตามแนวคิดทางการตลาดว่าในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างคุณภาพการให้บริการเท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ถ้าพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้นมากกว่าคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีก (Parasuraman et al., 2005)

คุณภาพการให้บริการออนไลน์ ในปัจจุบันการให้บริการแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลบริษัท, การขายสินค้า, การขายอาหาร, การให้บริการความบันเทิง, การเงิน ฯ ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันในความเป็นเลิศในคุณภาพการให้บริการออนไลน์และด้านอื่นๆต้องเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย (ดวงกมล สุขมงคล และคณะ, 2562) คุณภาพการให้บริการออนไลน์ คือการให้บริการผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ซึ่งจะเกิดความคาดหวังและการรับรู้หลังใช้บริการแล้ว (Santouridis et al., 2012) ซึ่งจะใช้เกณฑ์การวัด 4 มิติ คือ 1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) 2. ความพร้อมของระบบ (System Availability) 3. การตอบสนองความต้องการ (Fulfillment) 4. ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy and Security) (Parasuraman et al., 2005)

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่เปรียบเทียบการรับรู้และคุณภาพที่ได้รับ (กานต์รวี, วิโรจน์วรรณ และคณะ, 2565) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกพอใจหรือผิดหวังของมนุษย์เป็นการเปรียบเทียบการรับรู้ของสิ่งของหรือบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของตนเอง (Parasuraman et al., 2005) ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ในการคาดหวังจากผลลัพธ์ของการบริการที่ได้รับ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งสามารถทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบ หากความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดขึ้นจะทำให้ลูกค้ามีความสุขและกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อเกี่ยวกับสินค้า (มหัศจรรย์ ใจจิต, 2560)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งาน Food Delivery ในจังหวัดเชียงรายที่ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตรคอเครน (Cochran) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนจึงแจกแบบสอบถาม 400 คนขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบ Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม มีการการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) และการสุ่มแบบอาสาสมัคร (Volunteer Sampling) โดยการโพสต์ลิงก์ตามกลุ่ม Facebook, กลุ่ม Line และทำเป็น QR Code ไปแจกบริเวณมหาวิทยาลัย โดยมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเป็นคำถามแรก โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ข้อคำถามระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Fulfillment) และ ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy and Security) 3. ข้อคำถามระดับความพึงพอใจ ลักษณะเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แทน 5 ระดับ โดย 1 คือไม่เห็นด้วยเลย และ 5 คือเห็นด้วยมากที่สุด

ผู้วิจัยได้นำคำถามการวิจัยวัดคุณภาพของการให้บริการของ (Parasuraman et al, 2005) และคำถามวัดความพึงพอใจของ (Jamie and Arom, 2010) มาทำการแปลและปรับปรุงข้อคำถามให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาการ และทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ ด้วยการนำแบบสอบถามไป Pretest สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง 3 ราย เพื่อทดสอบความเข้าใจและขอความคิดเห็นจากการทำแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง โดยกลุ่มผู้ตอบ Pretest สามารถตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนและเข้าใจในภาษาและคำที่ใช้ได้อย่างดี จึงทำการตรวจสอบ Pilot กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 ราย โดยตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha กับตัวแปรคุณภาพบริการ ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.965 ถึง 0.975

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม 1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดย ร้อยละ และการแจกแจงความถี่ 2. วิเคราะห์คุณภาพบริการ โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3. วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุ เพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจ

ผลการวิจัย

ผู้ใช้บริการ Food Delivery ในเชิงรายได้แบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิงจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 ผู้ใช้บริการส่วนมากกลุ่มอายุ 21-30 ปี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ส่วนมากรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 ส่วนมากอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9

ข้อมูลคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ใน
เชียงใหม่

คุณภาพการให้บริการแต่ละด้าน	คุณภาพบริการ	
	$\bar{X}$	S.D.
ประสิทธิภาพ	4.15	0.66
ความพร้อมของระบบ	4.11	0.72
การตอบสนองความต้องการ	3.94	0.71
ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย	3.94	0.82
ภาพรวม	4.04	0.63

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ Food Delivery ใน
เชียงใหม่

จากตารางที่ 4.2 พบว่า คุณภาพการให้บริการ Food Delivery โดยรวมอยู่ในระดับดี
มาก ($\bar{X} = 4.04$, $SD = 0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับดีมากทุกรายการคือ 1.
ประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.15$, $SD = 0.66$) 2.ความพร้อมของระบบ ($\bar{X} = 4.11$, $SD = 0.72$) 3.การ
ตอบสนองความต้องการ ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.71$) 4.ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย ($\bar{X} =$
3.94, $SD = 0.82$)

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของการใช้งาน Food
Delivery ในเชียงใหม่

ตารางที่ 2 ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของตัว
แปรทุกด้านของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ Food Delivery ในเชียงใหม่

คุณภาพการให้บริการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)	.391	.118		3.308	.001
ประสิทธิภาพ	.223	.050	.214	4.603	.000
ความพร้อมของระบบ	.156	.044	.160	3.561	.000
การตอบสนองความต้องการ	.260	.040	.262	6.479	.000
ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย	.293	.032	.339	9.194	.000
R=.853 R ² =.728 Adjusted R ² =.725 S.E.est=0.371					

** P-value < .01 *P-Value < .05

ผลการศึกษากการทดสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (*Multiple regression analysis*) พบว่า ด้านประสิทธิภาพ คือ ($B=.233, p< .000$) ด้านความพร้อมของระบบ คือ ($B=.156, p< .000$) ด้านการตอบสนองความต้องการ คือ ($B=.260, p\text{-value}< .000$) และ ด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย คือ ($B=.293, p< .000$) มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการ Food delivery ในเชียงรายในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

อภิปรายผล

ผู้ให้บริการ Food Delivery ในเชียงรายที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนมากรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท อาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการมาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของคุณภาพกาบริการในแต่ละด้านพบว่าคุณภาพในการบริการอยู่ในระดับดีมากและในด้านประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.15 เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ และจากผลการวิเคราะห์ถดถอยของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Richard and Robert (1996) พบว่า คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ ทฤษฎี คุณภาพของการให้บริการ คือ 1.ประสิทธิภาพ (Efficiency) 2.ความพร้อมของระบบ (System Availability) 3.การตอบสนองความต้องการ (Fulfillment) 4.ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy and Security) และตัวแปรตามคือความพึงพอใจของลูกค้า จากงานวิจัยได้ทบทวนแล้ว พบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งกล่าวไว้ว่าการรักษาคุณภาพการให้บริการที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการได้ และการรักษาคุณภาพการให้บริการให้อยู่ในระดับที่สูงจะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจในการรับบริการมากขึ้น และในด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยมีค่า Beta ที่มากที่สุดคือ 0.339 ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีกลุ่มมิจฉาชีพแก๊งคอลเซ็นเตอร์หลอกให้โหลดแอปดูดเงิน หรือโอนเงิน ทำให้เกิดความเสียหายกันอย่างมากและระบาดมากขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ผู้คนจะต้องระมัดระวังข้อมูลส่วนตัวหรือแอปที่ใช้งานเป็นพิเศษ (ณัชพล จิตติรัตน์, 2565)

ดังนั้นสรุปได้ว่า แอปพลิเคชันที่มีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีย่อมส่งผลให้แอปมีคุณภาพและมีระบบความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยที่ทำงานได้ดีด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชดาภา ทิพรังศรี และคณะ (2561) พบว่าการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการทำงานอยู่เสมอทำให้บุคลากรมีมีประสิทธิภาพการทำงานที่มีความปลอดภัย ลดการเกิดอุบัติเหตุ และข้อผิดพลาดได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าคุณภาพการให้บริการ Food Delivery ในเชียงใหม่ มีคุณภาพการให้บริการที่อยู่ในระดับดีมาก โดยในด้านประสิทธิภาพคือด้านที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งควรรักษามาตรฐานและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยการที่พัฒนาประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน จะทำให้การทำงานอื่นๆของแอปพลิเคชันดีขึ้นไปด้วย โดยผู้ใช้บริการ Food Delivery มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ และพึงพอใจมากที่สุดในด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย จากข้อมูลนี้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน Food Delivery สามารถนำไปเป็นจุดที่ควรพัฒนาให้มีความสำคัญและมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรักษาข้อมูลลูกค้าไม่ให้รั่วไหล การไม่แชร์ข้อมูลลูกค้าให้ผู้อื่น การขายข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ปกป้องข้อมูลบัตรเครดิต และ ข้อมูลการเงินของลูกค้า โดยทำตามหลักการพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิกา สีทองสาย. (2562). ความพึงพอใจในการบริการของสาธารณสุข. วารสารร้อยแก่นสาร, 4(2), 37.
- กานต์รวี วิโรจน์วรรณ วรรณปิยะรัตน์ และ สิทธิชัย ฝรั่งทอง. (2565). คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 4(1), 5.
- กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2566, 19 กรกฎาคม). หลังโควิด ชีวิตสู้โหดปกติ ธุรกิจ Food Delivery ชบเซา ค่าใช้จ่ายสูง คนสั่งอาหารน้อย มูลค่าตลาดลด. ไทยรัฐ, 1. https://www.thairath.co.th/money/business_marketing/trends/2710898
- ณัชพล จิตติรัตน์, (2565). แนวทางการป้องกันอาชญากรรมที่เกิดจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ออนไลน์โดยมาตรการกำกับดูแลของอุตสาหกรรมโทรคมนาคม. คลังปัญญา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 10(1), 90-91.
- ณิชดาภา ทิพรังศรี, ณรงค์ กุลนิเทศ, และ นิช วงศ์สองจำ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลให้งานรักษาความปลอดภัย การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา]. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/1610>

ดวงกมล สุขมงคล, ธนโชติวีระธรรมมานนท์, และ เมทนี มหาพรหม. (2562) . ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการของสื่อออนไลน์กับความจงรักภักดีในการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(1), 90-91. <https://doi.org/10.58837/CHULA.IS.2022>.

133

ประภาพรณ เกษราพงศ์, จักรินทร์ กลั่นเงิน, พิมพ์ลภัส เปรมทอง, และ อาภากร กาละ. (2566)

การศึกษาปัจจัยสำหรับการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรี่ในจังหวัดชลบุรี. วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา, 34(2), 96.

มัทธวิน ใจจิต. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ (Modern trade) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. Panyapiwat Journal, 9 (2), 3.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). รายงานประจำปี สพรอ. พ.ศ. 2563 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. <https://po.opdc.go.th/file/reader/S3x8MTQ4Mnx8ZmlsZV91cGxvYWQ>

Furrer, O. (2005). International Journal of Service Industry Management (4). Sage Publisher. <https://doi.org/10.1108/09564230510614121>

Jamie C. & Arom O. (2010) Exploring the relationships between e-service quality, satisfaction, attitudes and behaviours in content-driven e-service web sites. Journal of Services Marketing, 2(24), 119.

Marketeer Team. (2562, 22 พฤศจิกายน). สงครามแอป “ส่งอาหาร” ทำธุรกิจ Food Delivery พุ่ง 35,000 ล้าน. <https://marketeeronline.co/archives/107485>

Marketeer Team. (2564, 3 กุมภาพันธ์). Internet User ในประเทศไทย 2564 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตไทยมากแค่ไหนเมื่อเทียบกับโลก. <https://marketeeronline.co/archives/208372>

Parasuraman A., Ziethaml V.A., & Arvind A. (2005.). E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. Journal of Service Research 7(10), 8-14.

Richard, A., & Robert D., (1996) An Empirical Examination of a model of Perceive Service Quality and Satisfaction. Journal of retailing, 72(2), 201.

Santouridis, I., Trivellas, P., & Tsimonis, G. (2012). Using E-S-QUAL to measure internet service quality of e-commerce web sites in Greece. International Journal of Quality and Service Sciences, 4(1), 86-98.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price. quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. Journal of marketing, 52(3), 2-22.