

**คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery
ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี**

**SERVICE QUALITY AND ITS IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION OF
FOOD DELIVERY THROUGH THE LINE MAN APPLICATION IN LOPBURI PROVINCE**

เบญจวรรณ อุดมคันารัตน์

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Benjawan Udomkanarat

E-mail: 6614991022@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าในจังหวัดลพบุรีที่เคยใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบอีกว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลมากที่สุด อันดับรองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ได้ร้อยละ 76.1 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, Line Man

ABSTRACT

The objectives of research study were: 1) to study service quality and its impact on customer satisfaction of food delivery through the Line Man application in Lopburi province 2) to study the relationship model of service quality and customer satisfaction of food delivery through the Line Man application in Lopburi province. The sample used in this study was 400 customers in Lopburi province who had used the Line Man food delivery service. Statistics used in data analysis are Frequency Distribution, Percentage, Mean and Standard Deviation. The results of hypothesis testing used Pearson product-moment correlation coefficient and Multiple regression analysis.

The research results can be found out that most respondents were female, 215 people amounts to 53.7%, 31 - 40 years of age, 167 people amounts to 41.7%, graduated with bachelor's degree, 237 people amounts to 59.2%, worked in private companies, 150 people amounts to 37.5% and average incomes 30,001 – 40,000 Baht, 126 people amounts to 31.5%. Service quality and its impact on customer satisfaction of food delivery through the Line Man application in Lopburi province found that the overall was high level. Customer satisfaction of food delivery found that overall was high level.

Hypothesis testing revealed that the all service quality had positive correlation with customer satisfaction of food delivery through the Line Man application in Lopburi province with the statistical significance at the level of 0.01. The most significant factors influencing customer satisfaction of food delivery through the Line Man application in Lopburi province were Responsiveness. Next ranking were Assurance, Empathy, Tangibles. Least factor influencing was Reliability. Service quality factors can predict customer satisfaction of food delivery through the Line Man application in Lopburi province about 76.1 percent with the statistical significance at the level of 0.05

Keyword : Service quality, Satisfaction, Line Man

บทนำ

ธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ของไทยเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยมีหลายแพลตฟอร์ม เช่น Foodpanda, LINE MAN, Grab Food ที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ B2B2C ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงร้านอาหารกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการสั่งอาหารออนไลน์ รวมถึงร้านอาหารสามารถขยายฐานลูกค้าได้โดยไม่จำกัดแค่พื้นที่ใกล้เคียง ธุรกิจนี้ได้รับความนิยมสูงในช่วงโควิด-19 และถึงแม้สถานการณ์จะคลี่คลายลงแล้ว แต่ยังคงมีการคาดการณ์ว่าธุรกิจนี้ยังมีศักยภาพในการขยายตัวต่อไปได้ในอนาคต

LINE MAN เริ่มให้บริการตั้งแต่วันที่ 21 เมษายน 2559 และประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว ซึ่งพบว่ามีผู้ใช้งานมากกว่า 1 ล้านคนต่อเดือน และเติบโต 489% ตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา โดย LINE MAN มี 5 บริการหลัก ได้แก่ บริการแมสเซนเจอร์ บริการส่งพัสดุ บริการส่งอาหาร บริการซื้อของจากร้านสะดวกซื้อ และ LINE MAN TAXI ซึ่งหลังจากการเปิดตัวในปี 2559 LINE MAN ได้ร่วมมือกับ Wongnai แพลตฟอร์มรีวิวอาหารที่มีฐานข้อมูลร้านอาหารมากกว่า 400,000 แห่ง และผู้ใช้งาน 10 ล้านคนต่อเดือน เพื่อเสริมการเข้าถึงลูกค้าและเพิ่มความสะดวกในการสั่งอาหาร ต่อมาในปี 2563 LINE MAN ได้ควบรวมกิจการกับ Wongnai และจัดตั้งนิติบุคคลใหม่ภายใต้ชื่อ “LINE MAN Wongnai”

จากการศึกษาภาพรวมตลาดธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ในไทย พบว่า มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตรา 7% ต่อปี โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 1.2 แสนล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งาน โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ที่เข้าสู่การทำงานซึ่งเติบโตมาพร้อมกับการใช้เทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน เช่น การสั่งซื้ออาหารออนไลน์และการจ่ายเงินผ่านช่องทางดิจิทัล

จากข้อมูลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN ในจังหวัดลพบุรี ซึ่งผลการศึกษาจะมีประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ LINE MAN ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งยังสามารถพัฒนานวัตกรรมและฟีเจอร์ใหม่ๆ รวมถึงขยายตลาดและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี
2. คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี

3. คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี

4. คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่นส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี

5. คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเชื่อมั่น และด้านความเอาใจใส่

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการรวดเร็วตรงต่อเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

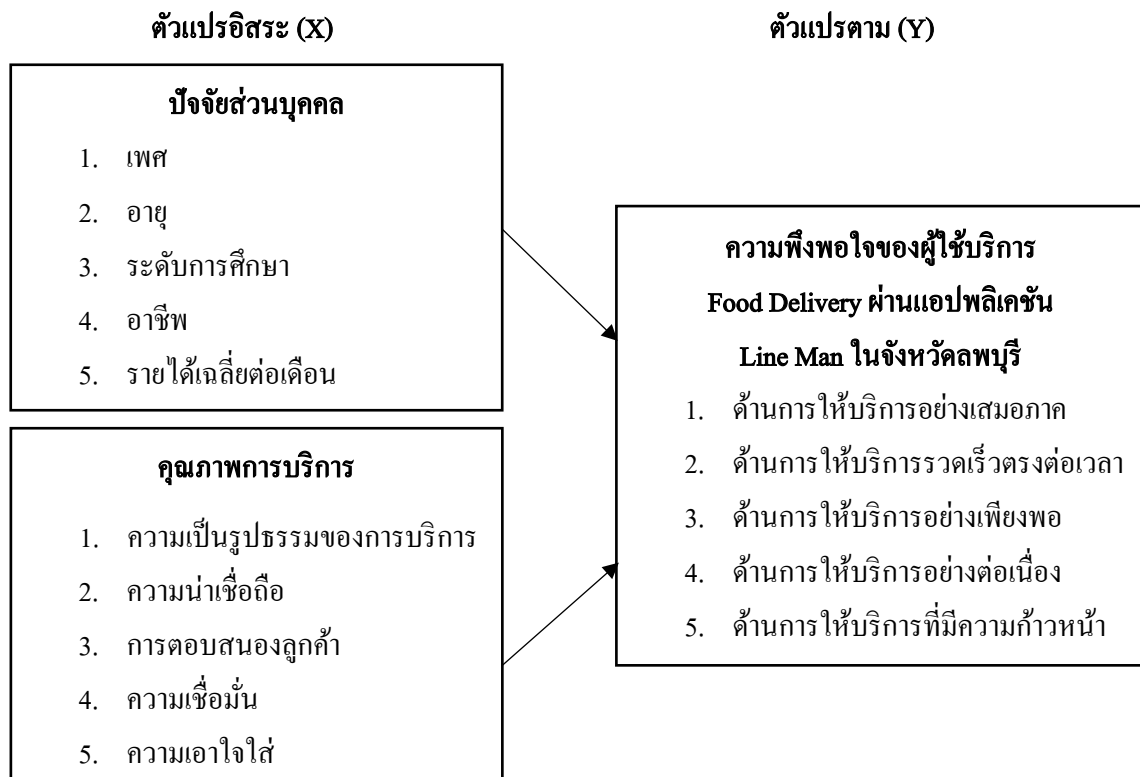
ประชากรในการวิจัย คือ ประชากรในจังหวัดลพบุรีที่เคยใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของลูกค้าที่เคยใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม พ.ศ. 2568

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการบริการ Line Man สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการบริการในแต่ละด้านให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า
2. ผู้ประกอบการบริการ Line Man สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันและความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถทำการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนสามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันให้มากขึ้น
3. ผู้ประกอบการบริการ Line Man สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีและคุณลักษณะ (Feature) ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ การประเมินของลูกค้าที่มีต่อประสบการณ์บริการที่ได้รับโดยการเปรียบเทียบกับความคาดหวังจากบริการนั้นๆ หากการบริการตรงกับหรือดีกว่าความคาดหวังหรือดีกว่าลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและเชื่อมั่นในบริการนั้น โดยได้มีการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของคุณภาพการบริการออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะภายนอกที่สามารถสังเกตได้ เช่น บรรยากาศสถานที่ การตกแต่ง และความสะอาด ที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์และความเป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการ
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถของผู้ให้บริการในการทำตามคำสัญญาและให้บริการที่ตรงตามความคาดหวังอย่างเสถียรและสม่ำเสมอ
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) คือ ความพร้อมและความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็วและให้ความช่วยเหลือทันทีเมื่อเกิดปัญหาหรือคำถาม
4. ความเชื่อมั่น (Assurance) คือ ความสามารถของผู้ให้บริการในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าโดยการแสดงความรู้และทักษะเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นในบริการ
5. ความเอาใจใส่ (Empathy) คือ ความสามารถในการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าโดยแสดงความใส่ใจในรายละเอียดและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

Millet (1954) นิยามความพึงพอใจในการให้บริการว่าเป็นการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ โดยพิจารณาจาก 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือ การให้บริการที่ยุติธรรมและเท่าเทียม
2. การให้บริการรวดเร็วตรงต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการที่ตรงตามกำหนดเวลา
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ การให้บริการในปริมาณและสถานที่ที่เหมาะสม
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการที่ไม่หยุดชะงัก
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจบริการขนส่งอาหาร (Food Delivery)

ธุรกิจ Food Delivery เริ่มต้นในยุค 1.0 (2000-2009) โดยแพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการส่งอาหารผ่านเว็บไซต์หรือโทรศัพท์ ก่อนพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 ที่แพลตฟอร์มเริ่มมีบริการจัดส่งเองและขยายเครือข่ายร้านอาหารมากขึ้น ในยุค 3.0 แพลตฟอร์มมีการขยายบริการไปยังครัวร่วม การขายสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และบริการอื่นๆ เพื่อเสริมรายได้ โดยธุรกิจนี้มีผู้ที่เกี่ยวข้อง 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ แพลตฟอร์ม, ร้านอาหาร, ลูกค้า และไรเดอร์

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ LINE MAN

LINE MAN เริ่มต้นให้บริการในปี 2559 โดยมีการควบรวมกิจการกับ Wongnai ในปี 2563 ภายใต้ชื่อ "LINE MAN Wongnai" เพื่อมุ่งหวังที่จะเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำของประเทศไทย โดยมีการเชื่อมโยงบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและบริการในชีวิตประจำวัน โดย LINE MAN มี 5 บริการหลัก ได้แก่ บริการแมสเซนเจอร์ บริการส่งพัสดุ บริการส่งอาหาร บริการซื้อของจากร้านสะดวกซื้อ และ LINE MAN TAXI นอกจากนี้ยังขยายบริการทางการเงินผ่าน LINE Pay เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงินทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งยังมุ่งส่งเสริมความยั่งยืนผ่านฟีเจอร์ "No Condiments" เพื่อลดการใช้พลาสติกและมีการร่วมมือกับภาครัฐในการฟื้นฟูย่านอาหารริมทางในกรุงเทพมหานคร เพื่อสนับสนุนร้านอาหารเก่าแก่ให้ปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรายเลขา เลิศวิชโรจน์ (2559) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ตราและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง ด้านความวางใจได้ ด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจจัดส่งอาหารตามสั่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p\text{-value} < 0.05$

พัชรหทัย จารุทวีผลบุญ และคณะ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจใช้บริการขนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทฟู้ดแพนด้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ราณี ศรีไพบูลย์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าและด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ และ 2) ความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าและด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ

รวีสุต ต้นสุวรรณรัตน์ (2565) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

ลัดดาวัลย์ อรุณเลิศ และ ศิริรัตน์ โกศกริก (2565) ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว และด้านความเป็นรูปธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยปัจจัยด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว และด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ

จิรายุทธ คงมีศรี และ วรศักดิ์ ทองศิริ (2566) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า

ชมพูช เตี้ยบัวแก้ว (2566) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน Grab ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการค้นคว้าอิสระสรุปได้ ดังนี้ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน Grab ในจังหวัดสมุทรปราการโดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า และการตอบสนองลูกค้าตามลำดับ

ภาณุมาศ วรรณศิริ และ สุรมงคล นิมจิตต์ (2566) ได้ศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านอาหารในการเลือกใช้ฟู้ดเดลิเวอรีแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร LINE MAN จากการประเมินคุณภาพการให้บริการพบว่า LINE MAN มีคุณภาพการให้บริการดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในจังหวัดลพบุรีที่เคยใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของลูกค้าที่เคยใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรีที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เพื่อความแม่นยำของข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50 -1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form โดยการส่ง Link และ QR Code สำหรับการตอบแบบสอบถามผ่าน Google Form ให้กับผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เมื่อรับผลแบบสอบถามคืนจะนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และให้คะแนนแบบสอบถามทั้งหมดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าความถี่ (Frequency)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
5. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
6. การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 150 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.5 และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเอาใจใส่ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีระดับความพึงพอใจมาก คือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการรวดเร็วตรงต่อเวลา ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คือ คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น และปัจจัยด้านความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ

อภิปรายผล

จากการศึกษา คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ซึ่งด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า มีการจัดส่งอาหารตรงตามคำสั่งซื้อทุกครั้ง ระบบการชำระเงินมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ส่วนข้อที่มความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการตรวจสอบคุณภาพอาหารที่จัดส่งก่อนทุกครั้ง การจัดส่งอาหารเป็นไปตามมาตรฐานเสมอแม้ในช่วงที่มีคำสั่งซื้อมาก มีการคืนเงินหรือยกเลิกคำสั่งซื้อตามเงื่อนไขที่กำหนด มีการให้โปรโมชันและส่วนลดตามที่ได้แจ้งไว้ มีการแจ้งให้ทราบอย่างรวดเร็วและชัดเจนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในคำสั่งซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุช เตี้ยบัวแก้ว (2566) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน Grab ในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการค้นคว้าอิสระสรุปได้ ดังนี้ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน Grab ในจังหวัดสมุทรปราการโดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า และการตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ ด้านความเอาใจใส่ พบว่า สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้าและทำให้รู้สึกเป็นกันสำคัญ พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีการปรับเปลี่ยนบริการให้ยืดหยุ่นตามคำขอพิเศษของลูกค้า และมีการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม ส่วนข้อที่มความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ เอาใจใส่ทุกการติดต่อสื่อสารในทุกช่องทางไม่ว่าจะผ่านแอปพลิเคชันหรือการติดต่อโดยตรง มีการติดตาม

ความพึงพอใจของลูกค้าหลังการใช้บริการและนำข้อมูลไปปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง และพนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ สัตตาวัลย์ อรุณเลิศ และ ศิริรัตน์ โกศการิกา (2565) ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว และด้านความเป็นรูปธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยปัจจัยด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคลส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว และด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเชื่อมั่น พบว่า ผู้ส่งอาหาร (Rider) มีทักษะและความรู้ในการให้บริการอย่างดี ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดในการบริการและมีวิธีการแก้ไขที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า ผู้ส่งอาหาร (Rider) มีความเป็นมืออาชีพและสามารถจัดส่งอาหารอย่างปลอดภัย มีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับการให้บริการและขั้นตอนต่างๆ มีการใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างเข้มงวด มีการอัปเดตข้อมูลและให้คำแนะนำที่มีประโยชน์แก่ลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในบริการ และทีมบริการลูกค้ามีความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหาหรือให้คำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับ จิรายุทธ์ คงมีศรี และ วรศักดิ์ ทองศิริ (2566) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดส่งอาหาร เช่น สามารถติดตามตำแหน่งผู้ส่งอาหารได้ การออกแบบหน้าแอปพลิเคชันดูทันสมัยและใช้งานได้ง่าย ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ผู้ส่งอาหาร (Rider) มีอัธยาศัยดี สร้างบรรยากาศที่ดีระหว่างรับ-ส่งอาหาร ระบบการแจ้งเตือนของแอปพลิเคชันมีประสิทธิภาพ รถส่งอาหารที่ใช้ในการจัดส่งอาหารมีโลโก้ที่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าจำได้ง่าย ผู้ส่งอาหาร (Rider) มีการแต่งกายที่เรียบร้อยและสะอาด และมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการรักษาอุณหภูมิของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ ราณี ศรีไพบุลย์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าและด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ และ 2) ความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าและด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ ด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่า มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น Chat, Call Center หรือ E-mail ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การเปลี่ยนแปลงคำสั่งซื้อสามารถทำได้รวดเร็วและไม่ยุ่งยาก มีทีมงานสนับสนุนที่พร้อมแก้ไขปัญหาทันทีเมื่อเกิดข้อขัดข้อง

ในการจัดส่ง มีช่องทางการสื่อสารเพื่อขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลา มีการให้คำแนะนำที่เหมาะสมในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อสงสัย สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาจากข้อร้องเรียนได้อย่างทันเวลา และการติดต่อกับพนักงานทำได้ง่ายและได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ ภาณุมาศ วรณศิริ และ สุรมงคล นิมจิตต์ (2566) ได้ศึกษาการวิเคราะห์คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านอาหารในการเลือกใช้ฟู้ดเดลิเวอรี่แพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งอาหาร LINE MAN จากการประเมินคุณภาพการให้บริการพบว่า LINE MAN มีคุณภาพการให้บริการดีที่สุดในด้าน การตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีระดับความพึงพอใจมาก คือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการรวดเร็วตรงต่อเวลา ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ราณี ศรีไพบุลย์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าและด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ และ 2) ความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าและด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี โดยใช้สถิติการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson Correlation ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล คือ คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น และปัจจัยด้านความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า และปัจจัยด้านความเอาใจใส่ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรหทัย จารุทวีผลบุญ และคณะ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจใช้บริการขนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทฟู้ดแพนด้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ รวิสุต ต้นสุวรรณรัตน์ (2565) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการ

ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

4. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดชลบุรี ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พรายเลขา เลิศวิชโรจน์ (2559) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ตราและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง ด้านความวางใจได้ ด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจจัดส่งอาหารตามสั่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p\text{-value} < 0.05$

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้า ข้อเสนอแนะ คือ ควรพัฒนาช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น เพิ่มช่องทางการ Chat กับทีม support ในกรณีเป็นปัญหาที่ต้องการคำตอบที่ด่วน เช่น การยืนยันสถานะหรือการคืนเงินจากการจัดส่งล่าช้า ควรปรับปรุงระบบให้สามารถเปลี่ยนแปลงคำสั่งซื้อได้ง่ายและรวดเร็วผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถแก้ไขคำสั่งซื้อได้ภายใน 5 นาทีโดยไม่ต้องติดต่อ Call Center หรือทีมงาน อีกทั้งควรมีทีมงานพร้อมแก้ปัญหาทันที เช่น มีบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งผ่าน Chatbot หรือทีมงานจริง รวมถึงควรมีช่องทางติดต่อที่ชัดเจนในแอปพลิเคชัน เพื่อให้เข้าถึงง่ายและติดต่อได้ตลอดเวลา เช่น ใช้ Chatbot ในการตอบคำถามที่พบบ่อย และให้ลูกค้าติดต่อ Call Center หรือ E-mail หากปัญหายังไม่สามารถแก้ไขได้จาก Chatbot

2. ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ข้อเสนอแนะ คือ ควรฝึกอบรมผู้ส่งอาหาร (Rider) ให้มีทักษะการให้บริการที่ดี เช่น การสื่อสารที่ชัดเจนและสุภาพ การให้คำตอบพื้นฐานเกี่ยวกับสถานะการจัดส่งหรือการใช้แอปพลิเคชันอย่างถูกต้อง ควรแสดงความรับผิดชอบทันทีเมื่อเกิดข้อผิดพลาด เช่น การคืนเงินหรือส่งอาหารให้ลูกค้าใหม่ หากมีการส่งอาหารผิด อีกทั้งผู้ส่งอาหาร (Rider) ควรมีความรู้เกี่ยวกับการขับอย่างปลอดภัยและการจัดการกับอาหารให้อยู่ในสภาพดี เช่น การจัดระเบียบอาหารก่อนการจัดส่งเพื่อป้องกันอาหารเสียหายระหว่างการขนส่ง รวมถึงควรแสดงสถานะการสั่งซื้อที่ชัดเจนทุกขั้นตอน เช่น กำลังเตรียมอาหาร กำลังเดินทาง และเวลาที่คาดว่าจะได้รับที่แน่นอนพร้อมช่องทางติดต่อหากมีปัญหา เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า

3. ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ข้อเสนอแนะ คือ ควรสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า เช่น การทักทายที่อบอุ่นจากแอปพลิเคชันหรือผู้ส่งอาหาร (Rider) เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนสำคัญ พนักงานทั้งในส่วนของผู้ส่งอาหาร (Rider) และเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า ควรเข้าใจในความต้องการลูกค้าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด อีกทั้งควรมีระบบที่ยืดหยุ่นในการปรับบริการตามคำขอลูกค้า เช่น การเลือกเมนูพิเศษหรือปรับเวลาจัดส่ง รวมถึงควรให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมทั้งลูกค้ารายใหม่และลูกค้าประจำ เช่น หากลูกค้ารายใหม่มีข้อสงสัยเกี่ยวกับการสั่งอาหาร เจ้าหน้าที่ควรให้คำแนะนำอย่างละเอียดเหมือนกับลูกค้าประจำ

4. ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ข้อเสนอแนะ คือ ควรพัฒนาระบบติดตามผู้ส่งอาหาร (Rider) แบบเรียลไทม์ในแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าทราบตำแหน่งและเวลาที่คาดว่าจะได้รับอาหารที่แน่นอน ควรออกแบบแอปพลิเคชันให้ทันสมัยและใช้งานง่าย เช่น ฟังก์ชันค้นหาร้านอาหารและเมนูที่ชัดเจน พร้อมปุ่มเลือกเมนูที่มองเห็นง่าย และมีตัวเลือกการชำระเงินหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต หรือ e-wallet เพื่อความสะดวกของลูกค้า อีกทั้งควรฝึกอบรมผู้ส่งอาหาร (Rider) ให้ทักทายลูกค้าด้วยท่าทางสุภาพและยิ้มแย้มเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี ระหว่างรับ-ส่ง อาหาร รวมถึงควรพัฒนาระบบการแจ้งเตือนให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย เช่น การแจ้งสถานการณ์สั่งซื้อ การเตือนเวลาจัดส่งเมื่อผู้ส่งอาหาร (Rider) ใกล้มาถึงเพื่อให้ลูกค้าสามารถเตรียมตัวและรับอาหารได้ตรงเวลา

5. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ข้อเสนอแนะ คือ ควรตรวจสอบและยืนยันคำสั่งซื้อก่อนจัดส่งทุกครั้ง เช่น หากลูกค้าสั่งว่าไม่ได้เนื้อสัตว์ผู้ส่งอาหาร (Rider) ต้องตรวจสอบหรือยืนยันกับร้านอาหารแล้วว่าในอาหารที่จะจัดส่งไม่ได้เนื้อสัตว์ตามคำขอของลูกค้า ควรพัฒนาระบบการชำระเงินให้ปลอดภัย เช่น การใช้เทคโนโลยีการเข้ารหัสข้อมูลและการยืนยันตัวตนผ่าน OTP เพื่อปกป้องข้อมูลการเงินของลูกค้า อีกทั้งควรตรวจสอบคุณภาพอาหารก่อนจัดส่งทุกครั้ง เช่น การตรวจสอบความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ หรือ อาหารไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากที่ลูกค้าสั่งและบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท รวมถึงควรพัฒนาระบบจัดการคำสั่งซื้อเพื่อจัดส่งอาหารตามมาตรฐานเสมอ แม้ในช่วงเวลาเร่งด่วน เช่น การใช้แอปคำนวณเส้นทางที่ดีที่สุดและจัดลำดับการส่ง เพื่อให้ส่งอาหารได้เร็วและตรงเวลาตามมาตรฐาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวแปรด้านคุณภาพการบริการเพียงด้านเดียวเพื่อหาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เพื่อนำมาหาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบว่าในด้านของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านไหนจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

2. การศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการสำรวจว่าผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการ Line Man มากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับแพลตฟอร์มอื่นๆ เช่น Grab, Foodpanda หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ โดยการสำรวจนี้อาจรวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้งาน เช่น ราคา การบริการ ความสะดวกของแอปพลิเคชัน หรือโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อให้สามารถวางแผนการตลาดและปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

3. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่านแอปพลิเคชัน Line Man ในจังหวัดลพบุรีเท่านั้น ในการศึกษาในครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาในพื้นที่อื่นๆด้วย เพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเป็นตัวแทนของประชากรที่มีลักษณะแตกต่างกัน ช่วยให้การวิจัยมีความสมบูรณ์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในระดับที่กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรายุทธิ์ คงมีศรี และ วรศักดิ์ ทองศิริ. (2566). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการขนส่งสินค้าในกรุงเทพมหานคร*. (วารสาร). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ: วิทยาลัยทองสุข.
- ชมพูนุช เตียบัวแก้ว. (2566). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Food Delivery ผ่าน Grab ในจังหวัดสมุทรปราการ*. (การค้นคว้าอิสระ). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรายเลขา เลิศวนิชโรจน์. (2559). *ภาพลักษณ์ตราและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระ). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรุทธิ์ จารุทวีผลบุญ และคณะ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วารสาร). คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ภาณุมาศ วรรณศิริ และ สุรมงคล นิมจิตต์. (2566). *การวิเคราะห์คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านอาหารในการเลือกใช้ฟู้ดเดลิเวอรี่แพลตฟอร์ม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (วารสารวิชาการ). คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิวิศ ตันสุวรรณรัตน์. (2565). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี*. (การค้นคว้าอิสระ). คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราณี ศรีไพบูลย์ และคณะ (2563). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี*. (งานวิจัย). หลักสูตรศิลปศาสตร มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ลัดดาวัลย์ อรุณเลิศ และ ศิริรัตน์ โกศการิกา. (2565). *ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของลูกค้าแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า*. (วารสาร). คณะศึกษาศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- Millet, J.D. (1954). *Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance*. McGraw-Hill, New York.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.