

## ปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

### The service quality factors affecting repurchase decision ordering ready-to-eat food delivery service under the covid-19 situation in Chonburi

กวิน พินสำราญ<sup>1</sup>, จutiporn Suwakulsiri<sup>2</sup>, สุธิพงษ์ จันทรธานี<sup>3</sup>

Kawin Pinsamran<sup>1</sup>, Jutiporn Suwakulsiri<sup>2</sup>, Suthipong Juntarathane<sup>3</sup>

การจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยธอนบุรี<sup>1-3</sup>

Logistics Management of Thonburi University<sup>1-3</sup>

pinsamran@gmail.com<sup>1,3</sup>, jutiporntru@gmail.com<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค และเพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค รายงานพบว่าอยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งกับกลับมาใช้บริการซ้ำ พบว่าความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง และ 3) ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ พบว่ามีปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านความเชื่อถือว่าว่างใจได้ ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

**คำสำคัญ:** คุณภาพการบริการ, การจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค, การกลับมาใช้บริการซ้ำ, ไวรัสโคโรนา 2019

#### Abstract

The objectives of this research were to study the service quality factors of ready-to-eat food delivery service and to study the service quality factors affecting repurchase decision ordering ready-to-eat food delivery service under the COVID-19 situation in Chonburi. The sample group was 400 people who have used ready-to-eat food delivery service under the COVID-19 situation in Chonburi. The questionnaire was used as a tool to collect data. The data were analyzed with statistics to find the percentage, mean, standard deviation, Pearson Product Moment Correlation, and Multiple Linear Regression. The results were as follows; 1) Service quality factors of ready-to-eat food delivery service revealed that each aspect was at a high level. The highest level was

providing the reliability to the customers. 2) Service quality factors and repurchase decision ordering ready-to-eat food delivery service revealed that the correlation in the same direction was at a medium level. 3) Service quality factors affecting repurchase decision ordering ready-to-eat food delivery service found that there were five factors as follows; preventing epidemics and pandemics of COVID-19 affected the repurchase decision to use the service the most, following by knowing and understanding the customers, reaction of the customers, objectiveness of the service, and building customer confidence respectively. Meanwhile the reliability factors did not affect the repurchase decision ordering ready-to-eat food delivery service under the COVID-19.

**Keywords:** Service quality, Food delivery, Repurchase, COVID-19

## บทนำ

ธุรกิจแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภค เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังเติบโตท่ามกลางการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งนี้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ตลอดจนการทำงานที่บ้าน ประกอบกับแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภคที่ช่วยอำนวยความสะดวกและมีร้านอาหารให้เลือกหลากหลายมากขึ้น นับเป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้ทั้งปริมาณการสั่งอาหารออนไลน์ จำนวนร้านอาหาร และพนักงานส่งอาหารที่เข้าร่วมแพลตฟอร์มในปี 2564 เติบโตแบบก้าวกระโดดทั่วโลก รวมถึงไทยพร้อมทั้งส่งผลให้รายได้ของแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภค ในระดับโลกและไทยต่างเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว กลายเป็นช่องทางสร้างรายได้หลักของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่าในปี 2564 ปริมาณการสั่งอาหารจัดส่งที่บ้านน่าจะมีจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ล้านครั้ง หรือเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว เมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิดในปี 2562 ที่มีจำนวนประมาณ 35 – 45 ล้านครั้ง โดยมีมูลค่าธุรกิจรวมสูงถึง 5.31 – 5.58 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัวสูงถึงร้อยละ 18.4 – 24.4 เมื่อเทียบกับปี 2563 ทั้งนี้ วิธีการใช้ชีวิตประจำวันในช่วงการระบาดยังส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการจัดส่งอาหารเปลี่ยนแปลงไป และพื้นที่การสั่งอาหารขยายสู่ปริมาณมากขึ้น จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีประชากรและนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากกรุงเทพมหานคร และเป็นอันดับ 3 ของจังหวัดที่มีร้านอาหารจำนวนมากในไทยตามข้อมูลเชิงสถิติจากเว็บไซต์และแอปพลิเคชันวงใน (วงใน, 2563) ได้รับความนิยมนอย่างมากจากนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่จำนวนมากสอดคล้องกับการปรับรูปแบบการทำงานของภาคธุรกิจมาเป็น Work from home และ Hybrid working (ศูนย์กสิกรไทย, 2563) การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เป็นตัวเร่งสำคัญที่ส่งผลให้ปริมาณการสั่งอาหารออนไลน์และปริมาณร้านอาหารที่เข้าร่วมแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภคทั่วโลกเติบโตแบบก้าวกระโดด ธุรกิจจัดส่งอาหารในไทยมีแนวโน้มแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้นในหลายมิติ ซึ่งการสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภค นอกจากคุณภาพอาหารแล้วสามารถบ่งบอกถึงคุณภาพการบริการจัดส่งสินค้า ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจบริการส่งอาหารถึงบ้านต้องคำนึงถึงคุณภาพการบริการเป็นหลัก และคำนึงถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เพิ่มมาตรการรับ-ส่งอาหารที่เน้นความปลอดภัยเพื่อดูแลผู้บริโภคในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และดึงดูดลูกค้าให้เลือกใช้บริการสม่ำเสมอ ตามมาตรการของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เพื่อลดการเคลื่อนย้ายและความเสี่ยงในการติดและแพร่ระบาดของเชื้อ ทำให้มีการ "สั่งของออนไลน์" ประเภทอาหาร พัสดุภัณฑ์ และรับสินค้าประเภทต่างๆ กันมาก กรมอนามัยจึงมีคำแนะนำสำหรับ "ผู้ประกอบการ" ขนส่งสินค้า โดยให้มีการคัดกรองพนักงานและผู้มาติดต่อทุกวัน สวมหน้ากากตลอดเวลาที่ทำงาน จัดให้มีจุดล้างมือ พร้อมสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับพนักงานให้เพียงพอ กำหนดระยะห่างระหว่างปฏิบัติงานอย่างน้อย 1 เมตร ทำความสะอาดจุดที่ต้องสัมผัสร่วมกันบ่อย ๆ จ่ายค่าบริการโดยวิธี e-payment หรือเตรียมเงินสดให้พอดีเพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินทอน ก็จะช่วยให้ปลอดภัยและลดความเสี่ยงติดเชื่อได้

ดังนั้นผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภครวมที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี เพื่อประโยชน์ต่อผู้ให้บริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภค ในจังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจบริการจัดส่งอาหารพร้อมบริโภคภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และพัฒนาการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

### ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. รับรู้ถึงปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี
2. รับรู้ถึงปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี
3. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013) กล่าวถึงคุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพตามสาเหตุที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมการตกแต่ง ป้ายประกาศ เอกสารต่างๆ เป็นต้น โดยพิจารณาถึงความสะอาดและความเป็นระเบียบที่ลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แกลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เมื่อเห็นลูกค้าแล้วจะต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ รวมทั้งสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ และการให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติมิตรมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง โดยใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

## 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

Zeithmal, Berry & Parasuraman (1996) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ปฏิบัติการในการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต โดย Taylor & baker (1994) อธิบายว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการให้บริการซ้ำ คือ คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ได้รับการเอาใจใส่จากผู้ให้บริการ รวมถึงความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า นั้น ๆ ซึ่งในการตลาด และธุรกิจทั่วไป คุณภาพและการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีอิทธิพลอย่างมาก และที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ใช้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคในจังหวัดชลบุรี โดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ (Cochran, W.G., 1977) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ เจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการสั่งอาหารแบบพร้อมบริโภคในจังหวัดชลบุรี และอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จัดส่ง

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) เลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ที่ผู้วิจัยพัฒนาจากเครื่องมือของ วรรีสสิญา (2562) ตามแนวคิดของ Parasuraman, A, Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013) มิติคุณภาพการบริการ 5 ด้านและอีกส่วนหนึ่งผู้วิจัยปรับปรุงเพิ่มเติมจาก กรมควบคุมโรค (2564) เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในปัจจุบัน รวม 6 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองแก่ผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ และการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ผู้วิจัยพัฒนาจากเครื่องมือของ วรรีสสิญา (2562) ตามแนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1996) และ Taylor & baker (1994) ที่กล่าวถึงการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการอีกครั้งในอนาคต และมีความตั้งใจของบุคคลหรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำจากการใช้บริการที่ผ่านมา

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (Best, J. W., 1977)

### 3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทั้งหมด 5 ชุด ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญสายการตลาด 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญสายโลจิสติกส์ 1 ท่าน ผู้จัดการร้านอาหารจัดส่งแบบพร้อมบริโภค (Food Delivery) 2 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง Index of Consistency : IOC เท่ากับ 0.97

3.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 30 คน แบบสอบถามที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, L.J., 1990) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยจะต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ โดยแบบสอบถามชุดนี้ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.883

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็น ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ของปัจจัยที่ใช้ศึกษา และการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทำการวิเคราะห์เลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Stepwise ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลักก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม 1 ตัว ว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ร่วมกันทำนายหรือพยากรณ์

## ผลการวิจัย

### 1. การการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของตัวแปรที่ใช้ศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี โดยรวม

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D	การแปลค่า	อันดับที่
1. ความเป็นรูปธรรมในการบริการ	3.94	1.02	ระดับมาก	3
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ	3.78	.98	ระดับมาก	4
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.59	.97	ระดับมาก	6
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	3.68	.94	ระดับมาก	5
5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	3.97	1.03	ระดับมาก	1
6. การป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019	3.96	.97	ระดับมาก	2
รวม	3.82	.98	ระดับมาก	

จากตารางที่ 1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ( $\bar{X}$ =3.97) รองลงมา คือ การป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ( $\bar{X}$ =3.96) ความเป็นรูปธรรมในการบริการ ( $\bar{X}$ =3.94) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ( $\bar{X}$ =3.78) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ( $\bar{X}$ =3.68) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ( $\bar{X}$ =3.59) ตามลำดับ

## 2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อป้องกันการเกิด Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัว ซึ่งการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง อาจส่งผลให้สมการตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้น จึงต้องตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อให้แน่ใจว่า ตัวแปรอิสระสามารถคงอยู่ในสมการตัวแบบได้ โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะพิจารณาจากค่า Sig. (2-tailed) หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้าม หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน จากนั้นจึงจะทำการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยจะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (อโนทัย ตรีวานิช, 2552)

เมื่อ  $r$  แทนค่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$r < 0.20$  ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรน้อย

$0.21 < r \leq 0.40$  ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่อนข้างน้อย

$0.41 < r \leq 0.60$  ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปานกลาง

$0.61 < r \leq 0.80$  ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่อนข้างมาก

$r > 0.80$  ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมาก

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

คุณภาพการให้บริการ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ		
	Pearson Correlation (r)	P-value (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. ความเป็นรูปธรรมในการบริการ	.701**	.000	ค่อนข้างมาก
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ	.341**	.000	ค่อนข้างน้อย
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	.604**	.000	ปานกลาง
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	.560**	.000	ปานกลาง
5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	.698**	.000	ค่อนข้างมาก
6. การป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019	.703**	.000	ค่อนข้างมาก
<b>รวม</b>	<b>.601**</b>	<b>.000</b>	<b>ปานกลาง</b>

\*\* Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่า Sig.(2-tailed) ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยทางสถิติ ( $p < .05$ ) โดยมีค่าสหสัมพันธ์ ( $r$ ) ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง .303 - .726 เมื่อต่ำกว่า .75 ถือว่าไม่มี

ปัญหา Collinearity ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับ “ปานกลาง” ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ( $r = .601, P < .01$ )

### 3. การทดสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จะต้องมีทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนั้นก่อนการวิเคราะห์ผลจะต้องตรวจสอบข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ดังนี้

3.1 การตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outlier) ในการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จำเป็นต้องมีการทดสอบข้อมูลระหว่าง ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นหรือไม่ โดยวิธีการที่นิยมใช้ในการตรวจสอบข้อมูลคือแผนภาพการกระจาย (Scatter Plots) ซึ่งเป็นกราฟที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว แต่เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าวิธีนี้ต้องอาศัยดุลพินิจประกอบการสรุปผล เนื่องจากไม่มีค่าที่กำหนดชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบค่า Cook's Distance โดยทำการพิจารณาค่า Cook's Distance ของชุดข้อมูล ถ้ามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าชุด ข้อมูลนั้นมีความผิดปกติ ควรตัดออกจากการวิเคราะห์ ซึ่งจากการตรวจสอบค่า Cook's Distance พบว่า อยู่ระหว่าง 0 – 0.196 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ไม่มีค่าผิดปกติ

3.2 ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality) โดยผู้วิจัยทำการทดสอบโดยใช้วิธี Kolmogorov-Smirnov Test โดยมีระดับนัยสำคัญที่มากกว่า .05 พบว่า มีค่า ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000 แสดงว่าตัวแปรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ แต่เนื่องจากทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Limit Theorem) ระบุว่า สำหรับประชากรใดๆ ถ้าเก็บตัวอย่างในจำนวนที่มากพอ การกระจายของค่าตัวอย่างดังกล่าวจะมีแนวโน้มใกล้เคียงกับการกระจายแบบธรรมชาติดู (Normal Distribution) ซึ่งทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ส่วนกลางระบุว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้การแจกแจงเป็นแบบปกติ ควรมีมากกว่า 30 ตัวอย่าง (Bland, J.M. and Altman, D.G., 1999) ถือว่าตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

3.3 ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity) โดยพิจารณาแผนภาพการกระจาย Scatter Plot พบว่า การกระจาย Scatter Plot มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงแคบ ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์นั้นเป็นค่าคงที่

3.4 ค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-Watson โดยถ้าค่า Durbin-Watson มีค่าเข้าใกล้ 2 กล่าวคือ มีค่าอยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 จะสามารถสรุปได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระกัน โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.074 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

3.5 ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) โดยการตรวจสอบค่าสถิติ คือ Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) โดยพิจารณาหาก ค่า Tolerance ของตัวแปร เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่าใกล้ศูนย์แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity และ ค่า Variance Inflation Factor หากมีค่าใกล้ 10 มากแสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ความถดถอยพหุเชิงเส้นมีมาก แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ (มากกว่า 0.5) และค่า Variance Inflation Factor ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า น้อยกว่า 10 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

### 4. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคส่งผลต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้นำเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธีคัดเลือกแบบขั้นตอน (Stepwise Selection) มาใช้ในการทดสอบ ซึ่งวิธีนี้จะ

เลือกตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามสูงที่สุดเข้าสมการก่อนจากนั้นก็ทดสอบตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการ และได้ผลการถดถอยที่มีสัมประสิทธิ์โดยพิจารณาค่า p-value ของค่าสถิติ t สำหรับตัวแปรต่าง ๆ เทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

คุณภาพการให้บริการ	B	SE	$\beta$ (Std.)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.529	.144		3.681	.000*
1. การป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ( $X_6$ )	.283	.049	.288	5.755	.000*
2. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ( $X_5$ )	.183	.053	.197	3.440	.001*
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ( $X_3$ )	.176	.041	.178	4.256	.000*
4. ความเป็นรูปธรรมในการบริการ ( $X_1$ )	.158	.055	.169	2.868	.004*
5. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ( $X_4$ )	.089	.043	.088	2.100	.036*

R = .784 R<sup>2</sup> = .615 Adjusted R = .610 SE = .599 F = 125.677

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี พบว่าตัวแปรต้นที่สามารถพยากรณ์การกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุดคือ การป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ( $X_6$ ) ( $\beta = .288$ ) รองลงมาคือ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ( $X_5$ ) ( $\beta = .197$ ) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ( $X_3$ ) ( $\beta = .178$ ) ความเป็นรูปธรรมในการบริการ ( $X_1$ ) ( $\beta = .169$ ) และการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ( $X_4$ ) ( $\beta = .088$ ) ในขณะที่ด้านความเชื่อใจไว้วางใจ ( $X_2$ ) ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$\text{สมการ } Y = .529 + .283 X_6 + .183 X_5 + .176 X_3 + .158 X_1 + .089 X_4$$

$$\text{ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R)} = .784$$

$$\text{ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R<sup>2</sup>)} = .615$$

$$\text{ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R<sup>2</sup>)} = .610$$

$$\text{ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (S.E.)} = .599$$

## สรุปผล

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ 1) วิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภัยด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ พบว่าความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง และ 3) ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ พบว่ามีปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นอันดับแรก

รองลงมาคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านความเชื่อถือว่าว่างใจได้ ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี

## อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้ ตัวแปรคุณภาพการบริการจัดส่งอาหาร คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือว่าว่างใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 2013) และการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (กรมควบคุมโรค, 2564) และตัวแปรตามคือ การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Zeithaml, Berry and Parasuraman, 1996), Taylor & baker, 1994) จากการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภค ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรื่องที่สำคัญที่สุดคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการรองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความเชื่อถือว่าว่างใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และความเป็นรูปธรรมในการบริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ (รสสุคนธ์ แซ่เฮีย, 2556) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ คุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม, 2552) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) ความเชื่อถือว่าว่างใจได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้ได้รับการบริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำไม่มีผิดพลาด และตรงเวลาทุกครั้ง รวมถึงการให้ความเชื่อมั่น ช่วยให้ผู้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจจากความรู้และอรรถยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจต่อการบริการ สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ (กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, 2564) แนะนำแนวทางการปฏิบัติการให้บริการของผู้จัดส่งอาหารเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ให้บริการปฏิบัติ คือ ไม่อนุญาตให้ผู้ขนส่งอาหารที่ไม่สบายปฏิบัติงาน ให้ความสำคัญกับความสะอาดของกระเป๋าหรือกล่องบรรจุอาหารที่ติดตั้งอยู่กับตัวรถ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการจ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์ ผู้ขนส่งอาหารสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยขณะปฏิบัติงาน พกเจลแอลกอฮอล์ หมั่นล้างมือบ่อย ๆ ด้วยน้ำและสบู่ เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1-2 เมตร การส่งอาหารให้ลูกค้า ให้ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์เจลก่อนหยิบถุงอาหาร หลังจากเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน เมื่อกลับเข้าที่พักควรทำความสะอาดร่างกายทันที อาบน้ำ สระผม เปลี่ยนเสื้อผ้า พักผ่อนให้เพียงพอ และสอดคล้องกับการศึกษาของ (เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการฟู้ดแพนด้า ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการโดยปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือว่ามากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความมั่นใจ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ คุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี ทุกด้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ (เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, 2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการฟู้ดแพนด้า ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค

3. ปัจจัยคุณภาพการบริการจัดส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรต้นที่สามารถพยากรณ์การกลับมาใช้บริการซ้ำ มากที่สุด คือ การป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 รองลงมาคือ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมในการบริการ และการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ด้านความเชื่อถือว่าวางใจได้ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี โดยทั้ง 5 ตัวแปร มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 89.00 เนื่องจาก สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผู้บริโภคต้องป้องกันตัวเอง และต้องการความเชื่อมั่นในการให้บริการที่ปลอดภัยจากโรคระบาดดังกล่าว คุณภาพการให้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคนำมาใช้พิจารณาเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Lewis, Mark ;& Parooj Bloom, 1983) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งชี้วัดถึงบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการถึงผู้รับบริการว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้รับบริการเพียงใด ที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการและกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของ (ณัฐภาพร สถิตย์, 2560) ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการ และการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ที่ศูนย์มิตซูไทยธาดา ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการในด้านความเชื่อถือว่า และคุณภาพบริการในด้านการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ศูนย์มิตซูไทยธาดา ร้อยละ 35.0 สอดคล้องกับการศึกษาของ (ณิชาภัทร บัวแก้ว, 2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ เปรียบเทียบระหว่างบริษัทขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และ บริษัทไปรษณีย์ไทย ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพที่ได้รับด้านความน่าเชื่อถือถือว่าวางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ประสิทธิภาพที่ได้รับด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม การให้บริการอย่างเพียงพอ และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของไปรษณีย์ไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ (เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, 2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการฟู้ดแพนด้า พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างไปยัง ต่างจังหวัดมากขึ้นหรือครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมประชากรผู้ใช้บริการส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ได้
2. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึก และความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ใช้บริการส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ เพื่อจะนำมาสู่ในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของการจัดส่ง ทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารแบบพร้อมบริโภคผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

### เอกสารอ้างอิง

- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการ Food Panda Application. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 16(1), 153-162.
- กรมควบคุมโรค. (2564). *แนวทางปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโควิด-19 สำหรับประชาชนทั่วไปและกลุ่มเสี่ยง*. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2564, จาก [https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/int\\_protection/int\\_protection\\_030164.pdf](https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/int_protection/int_protection_030164.pdf)

- กระทรวงสาธารณสุข. กรมอนามัย. (2564). แนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การจัดบริการอาหารในรูปแบบเดลิเวอรี่ (Delivery). สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2564, จาก [https://stopcovid.anamai.moph.go.th/attach/w774/f20210622134921\\_QYEFZs6N5j.pdf](https://stopcovid.anamai.moph.go.th/attach/w774/f20210622134921_QYEFZs6N5j.pdf)
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐภาพร สถิตย์. (2560). คุณภาพบริการ และการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ศูนย์มิตซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิชากัทร บัวแก้ว. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ คุณภาพ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รสสุคนธ์ แซ่เฮีย. (2556). ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพการบริการ ส่วนผสมการตลาดบริการและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วงใน. (2563). เดลิเวอรี่ช่วยหรืออุดร้านอาหาร เผยทุกคำตอบจากเจ้าของร้านอาหาร @ชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2564, จาก <https://www.wongnai.com/business-owners/delivery-wongnai-lineman-chonburi?ref=ct>
- วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2552). ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ. (เอกสารเชิงวิชาการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์กสิกรไทย. (2563). Food Delivery โควิด...ต้นธุรกิจโตต่อ. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2564, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-Delivery-FB-24-08-21.aspx>
- อโนทัย ตรีวานิช. (2552). สถิติธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. (3rd ed). New Jersey: Prentice hall Inc
- Bland, J.M.; & Altman, D.G. (1999). Measuring agreement in method comparison studies. *Statistical Methods in Medical Research*, 8, 135-160.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3<sup>rd</sup>ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. 5<sup>th</sup>ed. New York: Harper & Row. 202-204.
- Lewis, Mark & Parooj Bloom. (1983). *Organization Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, 22-25.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L.; & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing Management*, 60(4), 31-46.

## Translated Thai References

- Buakaew, N. (2016). *Service usage behavior, received quality and received efficiency affecting repeat service usage by comparing between Kerry express company limited and Thailand Post Company Limited*. Independent Research Master of Business Administration. Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)
- Department of Disease Control. (2021). *Guidelines for the prevention of coronavirus disease 2019 (COVID-19) or covid-19 for the general public and at risk groups*. Retrieved February 7, 2021, from [https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/int\\_protection/int\\_protection\\_030164.pdf](https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/int_protection/int_protection_030164.pdf) (in Thai)
- Kasikorn Center. (2020). *Food Delivery. Covid. pushing business to continue to grow*. Retrieved April 15, 2021, from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-Delivery-FB-24-08-21.aspx> (in Thai)
- Sae-hera, R. (2019). *Customer Behaviors of Using Hotel's Service, Service Marketing Mix and Brand Equity Affecting Foreign Customer Satisfaction toward Hotel's Service : A Case Study of the Five-Star Hotel in Bangkok*. (Independent Research Master of Business Administration). Bangkok University. (in Thai)
- Satit, N. (2015). *Service Quality and Word-of-mouth Referrals Influencing Service Repurchase Intention of Customers at Mitsubishi Thaitada Chachoengsao Head Office*. Independent Research Master of Business Administration). Bangkok University. (in Thai)
- Sombultawae, K. (2019). *Service quality factors affecting repurchasing decision in food product via service provider food panda application*. *Journal of Modern Management Science*. 16(1), 153-162. (in Thai)
- Suphathanachotipong, V. (2019). *Quality of Service that Affects the Intention of Customer to Repurchase bank of Ayutthaya a Public Company Limited a Case Study of Bangkok Metropolitan area, region 203*. (A Thesis Master of Business Administration). Silpakorn University. (in Thai)
- The Ministry of Public Health. Department of Health. (2021). *Public health practices to prevent the spread of infection Coronavirus 2019 (COVID-19) Food delivery service (Delivery)*. Retrieved February 13, 2021, from [https://stopcovid.anamai.moph.go.th/attach/w774/f20210622134921\\_QYEFZ\\_s6N5j.pdf](https://stopcovid.anamai.moph.go.th/attach/w774/f20210622134921_QYEFZ_s6N5j.pdf) (in Thai)
- Thiengtham, S. (2009). *Factors for assessing service quality*. (Academic documents). Bangkok: Bangkok University. (in Thai)
- Trevanich, A. (2009). *Business statistics*. 4<sup>th</sup>ed. Khon kaen: Khon kaen Press. (in Thai)
- Wanichbancha, K. (2007). *Statistical Analysis: Statistics for Administration and Research*. 10<sup>th</sup>ed. Bangkok: hualalongkorn University Press. (in Thai)
- Wongnai. (2020). *Deliveries help or drag restaurants. Reveal every answer from the owner of the restaurant @Chonburi*. Retrieved April 15, 2021, from <https://www.wongnai.com/business-owners/delivery-wongnai-lineman-chonburi?ref=ct> (in Thai)