


ที่มาและความสำคัญ

เมื่อกล่าวถึง Food Delivery ในยุคปัจจุบันเป็นบริการที่กำลังได้รับความนิยมเป็นผลมาจากการเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟนที่แพร่หลาย รวมถึงการเกิด COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการสั่งอาหารผ่าน Online Food Delivery เพิ่มขึ้นร้านอาหารจึงจำเป็นต้องผันตัวจากร้าน Offline สู่ Online โดยเปิดร้านอาหารผ่าน Food Delivery Application อาทิ Food Panda, Line man, Grab food, Gojek, Robinhood แต่ร้านอาหารต้องเสียค่าดำเนินการเพื่อใช้บริการ หาก COVID-19 สิ้นสุดลงร้านอาหารยังประสงค์ที่ใช้บริการต่อหรือไม่จึงเป็นที่มาของการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผ่านแนวคิดทฤษฎีอุปสงค์และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด



Year	2021	2016	2018	2019	2020
GP	35%	30%	30%	30%	0%
Restaurant	120,000	200,000	20,000	30,000	55,000

การวิเคราะห์ข้อมูล



การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไป

- การหาค่าร้อยละ (Percentage)
- การหาค่าเฉลี่ย (Mean)
- การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- การหาค่าต่ำสุด (Minimum)
- การหาค่าสูงสุด (Maximum)



การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ตัวแปรตาม

- การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (logistic regression analysis)



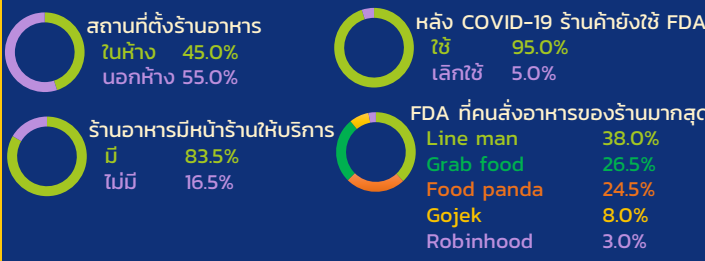
ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

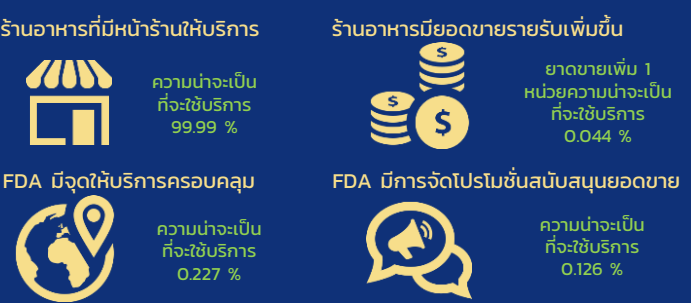
- ร้านอาหารที่ใช้ Food Delivery Application
- พื้นที่สำรวจเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- จำนวนร้านอาหาร 200 ร้าน
 - สอบถามออนไลน์ 180 ร้าน
 - สอบถามภาคสนาม 20 ร้าน
- ช่วงเวลาที่สำรวจ ตุลาคม - ธันวาคม 2020

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหาร



ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่าน FDA ของร้านอาหารในช่วงหลัง COVID-19



จำนวนยอดขายผ่านหน้าร้านเฉลี่ย 182 ครั้ง/วัน
 จำนวนยอดขายผ่าน FDA เฉลี่ย 88 ครั้ง/วัน
 การสมัครใช้ FDA ยอดขายเพิ่มเฉลี่ย 17.8 %
 ร้านค้าต้องจ่ายค่าดำเนินการเฉลี่ย 31.2 %
 *FDA : Food Delivery Application

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารผ่าน FDA



เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นสามารถวัดและแปลความหมายได้ดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง เห็นปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

บทคัดย่อ

ชื่อสารนิพนธ์ : ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่าน Food Delivery Application ของร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลช่วงหลัง COVID-19

ชื่อผู้เขียน : นายเอกภาพ คิตควร

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรธุรกิจ)

ปีการศึกษา : 2563

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านระบบ Online Food Delivery Application ของร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลช่วงหลัง COVID-19 โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และคุณลักษณะของร้านอาหารที่แตกต่างกันในด้าน สถานที่ตั้ง ลักษณะหน้าร้าน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของร้านค้าได้ดียิ่งขึ้น และสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้บริการได้อย่างครบวงจร รวมทั้งพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่จะรักษาและเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model)

ผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารที่มีความน่าจะเป็นจะใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านระบบ Online Food Delivery Application ต่อไปหลังจาก COVID-19 ยุติลง, โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านมีหน้าร้านให้บริการ สาเหตุที่ใช้บริการต่อ เนื่องจากโดยรวมแล้วทำให้ยอดขายและรายรับเพิ่มขึ้นมากกว่าที่จะขายผ่านหน้าร้านอย่างเดียว นอกจากนี้การมีจุดให้บริการครอบคลุมพื้นที่และมีการจัดโปรโมชั่นสนับสนุนการขายมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการที่ผู้ให้บริการเรียกเก็บค่าดำเนินการ (Gross profit) โดยหักจากยอดขายของร้านอาหารมีความน่าจะเป็นที่ร้านอาหารจะใช้บริการน้อยลงอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : บริการส่งอาหารออนไลน์เดลิเวอรี่, แอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร, ร้านอาหารออนไลน์

Abstract

Independent study : Factors affecting food stores decision to use food delivery applications in the Bangkok Metropolitan area, Thailand.

Author : Mr. Aekkaphap Kidkhuan

Degree : Master of Economics (Business Economics)

Year : 2020

The objective of this research is to study the factors affecting food stores decision to use food delivery applications in the Bangkok Metropolitan area, Thailand after covid-19 crisis by comprising the factors of marketing mix and the different characteristics of dining places in terms of location, storefront appearance, in order to better know the requirements of dining place operators, and to apply the results of the study as a guideline for improvement and development for integrated services, as well as to develop the marketing strategies for maintaining and increasing the number of customers who are the operators of dining places by applying the Logit Model.

The results of the study showed that restaurants tended to continue to use the Online Food Delivery Application after the COVID-19 was terminated, most of them are located outside the shopping malls and also provide dining-in services, in overview, the reason to continue the use of this service is the Online Food Delivery Application help them to earn more sales and revenues than solely providing dining-in service. In addition, having a service point covering an area and conducting sales support promotions has increased the decision to use the service. However, the result of the study also indicated that the deduction of administration cost (gross profit) from the sales amount of dining place operators is the significant possibility to cause these operators to use lesser services on such application system.

Keywords: Online Food delivery, Food Delivery Application, Food Delivery Online