



**The 3rd Faculty of Management Science,
Silpakorn University
National Conference 2015**

**Proceedings of MSSU Conference
at Springfield Village Golf and Spa,
Cha-am, Petchburi**

May 8, 2015

**การประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ครั้งที่ 3 ประจำปี 2558**



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 29 / 2558

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 3 ประจำปี 2558

ตามที่คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดโครงการประชุมวิชาการ
ระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 3 ประจำปี 2558 ในวันศุกร์ ที่ 8 พฤษภาคม
2558 ณ โรงแรมสปริงฟิลด์ วิลเลจ กอร์ฟ แอนด์ สปา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานต่างๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้ง
คณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ ดังรายนามดังนี้

- | | |
|---|---------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไฟโรจน์ วิไลนุช | กรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลกัลล์ วงศ์ประเสริฐ | กรรมการ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ ภูลสวัสดิ์ | กรรมการ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทึก | กรรมการ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปreeดา ศรีนฤวรรณ | กรรมการ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณเวรี บุญศุภ์ | กรรมการ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรจัน เจยภานันทน์ | กรรมการ |
| 9. อาจารย์ ดร.กัญญาพัลวี กล่องคงเจริญ | กรรมการ |
| 10. อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพวัต | กรรมการ |
| 11. อาจารย์ ดร.ประเพพิมพ์ สุวีวัฒน์ | กรรมการ |
| 12. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ ลิริประเสริฐศิลป์ | กรรมการ |
| 13. อาจารย์ ดร.สรรษยา ธรรมอภิพลด | กรรมการ |
| 14. อาจารย์ ดร.อนุชา กันทรคุณภี | กรรมการ |
| 15. อาจารย์ ดร.อัญชัญา นิลนพดุณ | กรรมการ |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนนท์ ห้อมสุด | เลขานุการ |

ลง ณ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2558

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

**ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ของธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน อำเภอ
หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

**Factors of Business Environment that Affect to Using the Electronic
Commerce of Restaurant in Hua Hin Municipality,
Hua Hin District Prachuap Khiri Khan**

ธีรกรณ์ วัฒนเดemin¹ สายฝน วงศ์นา¹ และ สิริชัย ดีเลิศ²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจร้านอาหาร การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรจากร้านในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จำนวน 67 ร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจร้านอาหาร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อผู้ประกอบการที่นำระบบเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้และผู้ประกอบการที่ไม่นำมาใช้มีความแตกต่างกัน และมีประสิทธิผลในการดำเนินการที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, การวัดผลองค์กรแบบสมดุล

Abstract

This study was focused on the factors of business environment that affecting to using the electronic commerce of the restaurant in Hua Hin Municipality. Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan. Objective to study the environmental factors affecting to use of electronic commerce of the restaurant. This research use the population from a restaurant in Hua Hin municipality of 67 restaurants. This study using questionnaire as a tool for collecting data. The results show that the different between entrepreneurs who use electronic commerce and entrepreneurs who do not use electronic commerce technology both the business environment and the effectiveness of operation.

Keywords: electronic commerce, business environment, balanced scorecard

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทนำ

ในปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมีความง่าย และสะดวกรวดเร็วมากขึ้นเนื่องจากการพัฒนาของระบบสารสนเทศที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่างๆ จึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยที่มีอัตราการแข่งขันสูงจากการเข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม กิจการจึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ (บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด, 2553) ดังจะเห็นได้จาก การมีเว็บไซต์เกี่ยวกับการแนะนำ หรือการรีวิวร้านอาหารหลากหลายเว็บไซต์ เช่น www.wongnai.com ที่แนะนำร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑล หรือ http://th.openrice.com เป็นเว็บไซต์แนะนำและรีวิวร้านอาหารชั้นนำของเอเชีย และ www.tripadviser.com ที่ได้มีการรวบรวมแหล่งที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งร้านอาหาร โดยจะมีการเยี่ยมแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ ที่ตั้งรวมถึงช่องทางการติดต่อ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นผลจากการได้รับปัจจัยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การจัดการแข่งขันเรือใบ การจัดการแข่งขันกอล์ฟ การจัดประชุมสัมมนา การจัดงานเทศกาลถนนตรีแจ๊ส เป็นต้น เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้หัวหินเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เช่น ไม่มีคลื่นลมแรงในฤดูมรสุมเหมาะสมแก่การเล่นน้ำทะเล มีการคมนาคมที่สะดวกด้วยระยะทางไม่ไกลจากรถไฟฟ้าพลังงานหมุนนัก ด้วยระยะทางเพียง 180 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง ประกอบกับความมีเสน่ห์และมนต์หลังตั้งแต่อดีต ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว และพักผ่อนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกๆ ปี กระแสการท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหินจึงมีการติดตามอย่างรวดเร็ว (มนัสสินี บุญมีศรีสั่ง, 2556) การมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาท่องเที่ยวและพักผ่อนที่ชายหาดหัวหิน ทำให้มีการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งได้รับความนิยมตามไปด้วย หัวหินมีร้านอาหารจำนวนมากไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว ในบรรดาอาหารที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหารติดชายทะเล ร้านอาหารติดเชิงเขา ร้านอาหารแบบตัวเมือง นอกจากนี้ประเภทของอาหารก็มีลักษณะที่หลากหลายไม่แพ้กัน นอกจากอาหารทะเลที่นักท่องเที่ยวนิยมแล้ว ยังมีอาหารอีสาน อาหารยุโรป อาหารไทย และอีกมากมายในบรรดาอาหารแบบเมืองหัวหิน ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ (วรรณวิไล สินศิริ, 2554)

จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และจำนวนร้านอาหารที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อการแข่งขัน ทำให้ร้านอาหารต้องปรับตัวเองเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อที่จะสร้างผลกำไร นอกจากเว็บไซต์รีวิวร้านอาหารแล้วนี้แล้วสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ กิจการเกือบทุกประเภทจึงนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาต่างๆ เพื่อสร้างความรับรู้แก่ผู้บริโภค

จากความสำคัญดังกล่าวได้กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิผลของการนำเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในกิจการร้านอาหารในหัวทิbin

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจร้านอาหาร และประสิทธิผลของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจร้านอาหาร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ธุรกิจร้านอาหารในเขตเทศบาลเมืองหัวทิbin จำนวน 89 ร้าน (ไทย แลนด์หัวทิbin, 2555)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามจำนวน 43 ข้อ แบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่ง จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของร้านอาหาร จำนวน 9 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จำนวน 16 ข้อ ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของเทคโนโลยีพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเรียนรู้และติดตาม ตลอดจน ภายนอก จำนวน 13 ข้อ

นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ คืออาจารย์ที่สอนด้านธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศของคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และปรับปรุงแบบสอบถามตาม ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามแล้วหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัย นำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มประชากร จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.79

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามได้ทั้งหมด 89 ชุด และได้รับคืน 67 ชุด คิดเป็น 75.28%

สถิติที่ใช้ในการศึกษาและเครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชาราศาสตร์ และส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหาร ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยีพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนที่ 4 ประสิทธิภาพของกิจการร้านอาหารในมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเรียนรู้และติดตาม ตลอดจนภายนอก จำนวน 13 ข้อ

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ในแต่ละคำถามจะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับได้แก่

5	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	สำคัญมาก
3	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	สำคัญน้อย
1	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

โดยแต่ระดับมีการกำหนดคะแนนและค่าเฉลี่ยตามวิธี Rating Scales (กุญฑี เวชสาร,2545) ดังนี้

ระดับความสำคัญ คะแนน การแปลผล		
สำคัญมากที่สุด	5	4.50 – 5.00
สำคัญมาก	4	3.50 – 4.49
สำคัญปานกลาง	3	2.50 – 3.49
สำคัญน้อย	2	1.50 – 2.49
สำคัญน้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49

วิเคราะห์ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และวิเคราะห์ร้านอาหารนำเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ส่งผลต่อประสิทธิผลของกิจการร้านอาหารด้วย t-test

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ร้านอาหารที่นำเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ส่งผลต่อประสิทธิผลของกิจการร้านอาหาร

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 เพศชายจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 33 คน ร้อยละ 49.3 อายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 21 คน ร้อยละ 31.3 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 11 คน ร้อยละ 16.4 อายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน ร้อยละ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 31 คน ร้อยละ 46.3 สถานภาพสมรส จำนวน 29 คน ร้อยละ 43.3 สถานภาพม้าย / หย่าร้าง จำนวน 7 คน ร้อยละ 10.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 41 คน ร้อยละ 61.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 13 คน ร้อยละ 19.4 ระดับปริญญาโท จำนวน 13 คน ร้อยละ 19.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่ง จำนวน 52 คน ร้อยละ 77.6 ตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 15 คน ร้อยละ 22.4

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหาร

ประเภทของลูกค้าที่มาใช้บริการจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 61 คน ร้อยละ 91.0 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวในท่องถิ่น จำนวน 40 คน ร้อยละ 59.7 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 37 คน ร้อยละ 55.2 และนักท่องเที่ยวคนฯ จำนวน 2 คน ร้อยละ 3

ด้านเทคโนโลยีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระบบสารสนเทศเทคโนโลยีมาใช้ในร้านอาหาร จำนวน 51 คน ร้อยละ 76.1 และไม่นำระบบสารสนเทศเทคโนโลยีมาใช้ในร้านอาหารจำนวน 16 คน ร้อยละ 23.9 สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในร้านอาหารส่วนใหญ่ คือ ไม่มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 13 คน ร้อยละ 19.4 รองลงมาคือ ไม่มีเงินทุนเพียงพอ สำหรับการจัดหาอุปกรณ์สนับสนุนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ อินเตอร์เน็ต จำนวน 6 คน ร้อยละ 9.0 ไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจ้างบุคลากร จำนวน 4 คน ร้อยละ 6.0 ไม่มีเงินในการลงทุนในการ พัฒนา จำนวน 4 คน ร้อยละ 6.0 ไม่มีเงินทุนในการดูแลระบบอย่างต่อเนื่อง จำนวน 3 คน ร้อยละ 4.5 ไม่มี บุคคลกรสำหรับการพัฒนาและดูแล จำนวน 2 คน ร้อยละ 3.0 และมองไม่เห็นประโยชน์ที่ดีกว่าของ เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 1 คน ร้อยละ 1.5

เทคโนโลยีที่นำมาใช้กับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มีเว็บไซต์สังคมออนไลน์ จำนวน 50 คน ร้อยละ 74.6 รองลงมาคือ การทำตลาดผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 34 คน ร้อยละ 50.7 มีระบบ Wireless LAN จำนวน 29 คน ร้อยละ 43.3 มีเว็บไซต์ของร้านอาหาร จำนวน 20 คน ร้อยละ 29.9 การใช้สื่อโฆษณาออนไลน์ จำนวน 17 คน ร้อยละ 25.4 มีคอมพิวเตอร์สำหรับบริการลูกค้า ภายในร้าน จำนวน 12 คน ร้อยละ 17.9 มีระบบสั่งอาหารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ จำนวน 2 คน ร้อยละ 3.0 และมีระบบรับอาหารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ จำนวน 2 คน ร้อยละ 3.0

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สภาพแวดล้อมทาง ธุรกิจ	ร้านอาหาร		ร้านอาหารที่นำเทคโนโลยี พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้		ร้านอาหารที่ไม่นำ เทคโนโลยีพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้		Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	
ด้านสังคม	4.13	0.85	4.43	0.62	3.18	0.79	0.00*
ด้านคู่แข่ง	3.89	0.81	4.15	0.68	3.06	0.68	0.00*
ด้านลูกค้า	3.89	0.67	4.11	0.59	3.18	0.33	0.00*
ด้านเทคโนโลยี	3.80	0.72	4.05	0.60	3.01	0.48	0.00*

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการจะเห็นได้ว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทุกด้านมีผลต่อการนำเทคโนโลยีพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้และไม่นำเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้แตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละด้าน พบว่า ร้านอาหารที่นำเทคโนโลยีมาใช้ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมทางด้านสังคม (Mean = 4.43, SD.=0.62)



ด้านคุณภาพ (Mean = 4.1, SD.=0.68) ด้านลูกค้า (Mean = 4.11, SD.=0.59) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีในธุรกิจร้านอาหารในมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านกระบวนการภายใน

ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	ร้านอาหาร		ร้านอาหารที่นำเทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้		ร้านอาหารที่ไม่นำเทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้		Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.	Mean	SD.	
ด้านการเงิน	3.56	0.85	3.67	0.81	3.18	0.90	0.045*
ด้านลูกค้า	3.94	0.51	4.08	0.45	3.47	0.42	0.00*
ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต	3.34	0.85	3.69	0.55	2.20	0.64	0.00*
ด้านกระบวนการภายใน	2.88	0.55	3.09	0.41	2.19	0.34	0.00*

* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางจะเห็นได้ว่าผู้ที่นำเทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้แล้วผู้ที่ไม่นำเทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีประสิทธิผลในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยร้านอาหารที่นำเทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีประสิทธิผลด้านลูกค้า (Mean = 4.08, SD.=0.45) ด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Mean = 3.69, SD. =0.55) ด้านการเงิน (Mean = 3.67, SD. =0.81) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการรวมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินการของธุรกิจของผู้ที่ใช้แล้วไม่ใช้เทคโนโลยีพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์โดยด้านที่มากที่สุดคือด้านสังคม ซึ่งประกอบด้วยสังคมในปัจจุบันสามารถเข้าใจเทคโนโลยีในการนำมาใช้ในการดำเนินงานได้ง่ายและรวดเร็ว และคนในสังคมนิยมค้นหาข้อมูลสินค้า/บริการ ผ่านเทคโนโลยีสื่อสารต่างๆ ทำให้ต้องตอบสนองการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงด้านคุณภาพขั้นที่มีเทคโนโลยีที่โดดเด่นหรือได้เปรียบคุณภาพขั้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาศักยภาพ ด้านเทคโนโลยีซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพัตรา กาญจนากา (2554) การนำพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในองค์กร เนื่องด้วยในโลกธุรกิจปัจจุบันนี้การแข่งขันมีสูงมากขึ้น โดยจะมีทั้งคุณภาพและทางการตลาดของ สินค้าชนิดเดียวกัน และ สินค้าหนึ่งแทนดั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงจำเป็นจะต้องหาวิธีการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งเมื่อคุณภาพขั้น สามารถเพิ่มยอดขาย สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น สามารถ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็ว สามารถนำเสนอสินค้า/บริหารไปยัง กลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถขยายผลค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ด้านประสิทธิผลซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการที่นำเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และผู้ที่ไม่นำมาใช้ ซึ่งการนำเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจ โดยด้านที่ส่งผลกระทบที่สุดคือด้านลูกค้า เนื่องจากลูกค้ามีความสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจจึงต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตอบสนองเทคโนโลยีที่ลูกค้าใช้ เพื่อให้ธุรกิจได้กำไรมากที่สุด และเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับผลการวิจัยของอนันต์ สุเสรีธรรม (2551) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในมุมมองด้านลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจแล้วกลับมาใช้บริการใหม่ ทั้งยังต้องแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดซึ่งมีจำนวนมากจึงต้องพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ เพื่อที่จะแข่งขันได้ในตลาด ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัยพบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการไม่นำเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เนื่องจากไม่มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจึงควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้การสนับสนุนในการให้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น มีการจัดอบรมการให้ความรู้ การพัฒนาเร็วๆ ไปเพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับผู้ประกอบการ เป็นต้น
2. ในด้านประสิทธิผลของผู้ประกอบการที่นำเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้จะมีประสิทธิผลมากกว่าดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนทางด้านเทคโนโลยีพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีผลประกอบการที่มากขึ้น

ข้อเสนอในทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มพื้นที่ในการศึกษาวิจัย เพื่อยืนยันผลการวิจัยด้านปัจจัยที่มีส่งผลต่อการใช้พานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์และประสิทธิภาพของเทคโนโลยีในธุรกิจร้านอาหารในมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และด้านการเจริญเติบโต และด้านกระบวนการภายใน และการศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อความครบถ้วนของข้อมูลในการวิจัยต่อไป

รายการอ้างอิง

- กุณฑี เวชสาร. (2545). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด. (2553). การศึกษาสถานภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารในประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 28 ธันวาคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.caii-thailand.com/node/27>
- ไทยแลนด์หัวหิน. (2555). รายชื่อร้านอาหารในหัวหิน. เข้าถึงเมื่อ 12 พฤษภาคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.thailand-huahin.com/t-huahin-restaurants-list.htm>
- มนัสสินี บุญมีศรีส่ง. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแห่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. เข้าถึงเมื่อ 21 พฤษภาคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.ejournal.su.ac.th/upload/534.pdf>

- วรรณวิไล สินศิริ. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อร้านอาหารในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.snc.lib.su.ac.th/serindex/dublin.php?f=dublin&ID=13399542487>
- สุพัตรา กาญจนภานส. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก <http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/456/1/045-54.pdf>
- อนันต์ สุ่นเสรีดำรง. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจค้าปลีก ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยวิธี Balanced Scorecard. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก <http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01//2551/GB/43.pdf>