



การศึกษาอิสระ

การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
ONLINE BUSINESS MANAGEMENT OF THAI FOOD CATEGORY IN
CHUMPHON PROVINCE.

นางสาวเพ็ญภา สัจข์แก้ว
รหัสนักศึกษา 62205050

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ปีการศึกษา 2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY

ONLINE BUSINESS MANAGEMENT OF THAI FOOD CATEGORY IN
CHUMPHON PROVINCE.



MRS. PENNAPA SUNGKEAW

STUDENT ID 62205050

INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2020

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2020

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย
ในจังหวัดชุมพร
Online business management of Thai food category in
Chumphon Province.
ชื่อนักศึกษา นางสาวเพ็ญภา สังกข์แก้ว
รหัสประจำตัว 62205050
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ

| อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ | ลายมือชื่อ |
|---|--|
| รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ |  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชร ศิลป์เสวตร์ |  |

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 19 พฤศจิกายน 2564 เวลา 09.00-12.00 น.

สถานที่สอบ ณ อาคารสำนักวิชา ห้องประชุมดอกประดู่

เห็นชอบ/รับรอง



(ดร.ชุติมันต์ บุญวอล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 13 เดือน 11-11 พ.ศ. 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-------------------------------|--|
| การศึกษาอิสระ | การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร |
| ชื่อ-สกุล | นางสาวเพ็ญภา สัมภ์แก้ว |
| รหัสนักศึกษา | 62205050 |
| ปริญญา | บริหารธุรกิจบัณฑิต |
| สาขา | บริหารธุรกิจ |
| ปีการศึกษา | 2563 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ |

บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจออนไลน์ แนวทางการจัดการธุรกิจออนไลน์ รวมถึงศึกษาจุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาสและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t-test, One-way ANOVA และ Multiple Linear Regression Analysis โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย และสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ได้แก่ ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การจัดการ, ธุรกิจออนไลน์, ร้านอาหารไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-----------------------------------|--|
| Independent Study | Online business management of Thai food category in Chumphon Province. |
| Student's Name | MRS. Pennapa Sungkeaw |
| Student ID | 62205050 |
| Degree | Bachelor of Business Administration |
| Program | Business Administration |
| Year | 2563 |
| Independent Study Advisors | Assoc. Prof. Dr. Chanathat Boonrattanakittibhumi |

Abstract

This research study It aims to study the basics of online business. Online business management guidelines this includes studying strengths / weaknesses / opportunities and obstacles in online business management of Thai food business groups in Chumphon Province. A questionnaire was used as a tool to collect data from a sample group, namely entrepreneurs who own 20 Thai restaurants in Chumphon Province. The statistics used for analysis were t-test, One-way ANOVA and Multiple Linear Regression Analysis. Statistical significance at level .05

The results of the study showed that the basic factors of the entrepreneurs are gender, age, education, business type of Thai restaurants and different business locations affect the online business management of the Thai food business group in Chumphon Province, there were statistically significant differences at level .05. And Factors Promoting Management were Internet knowledge level. Online business learning in Thai food and Competition in the marketing of the same business influence the online business management of the Thai food industry in Chumphon province, was statistically significant at .05 level.

Keywords: Management, Online Business, Thai Food Business

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุงและความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุณรัตน์กิตติภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ นอกจากนี้ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำศึกษาให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่และให้กำลังใจในการทำการศึกษาอิสระด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา รวมทั้งเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยเหลือหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรักและความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์และความดีอันพึงมีคุณค่าจากการศึกษาอิสระเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยั้งที่ให้การศึกษาศึกษาอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

เพ็ญภา สันข์แก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

| | |
|-----------------------|-----|
| บทคัดย่อ..... | I |
| กิตติกรรมประกาศ | III |
| สารบัญ..... | IV |
| สารบัญตาราง..... | VII |
| สารบัญภาพ | IX |

| | |
|--|----|
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 คำถามในการวิจัย | 5 |
| 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย | 5 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 5 |
| 1.5 ขอบเขตการวิจัย | 5 |
| 1.6 สมมติฐานการวิจัย | 6 |
| 1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย..... | 7 |
| 1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 7 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 12 |
| 2.1 ความหมาย แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ | 12 |
| 2.2 ธุรกิจออนไลน์..... | 26 |
| 2.3 ธุรกิจอาหารไทย | 30 |
| 2.4 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 31 |
| 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 64 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย..... | 13 |
| 3.1 รูปแบบการวิจัย | 13 |
| 3.2 กลุ่มตัวอย่าง | 13 |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย..... | 76 |
| 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 78 |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล | 78 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการวิจัย | 80 |
| ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ | 81 |
| ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจประเภทร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัด ชุมพร | 82 |
| ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ | 84 |
| ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่ จังหวัดชุมพร | 88 |
| ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่ม ธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 95 |
| ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 103 |
| ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 104 |
| ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่ม ธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 107 |
| ส่วนที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน | 110 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 113 |
| 5.1 สรุป | 113 |
| 5.2 อภิปรายผล | 115 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 119 |
| บรรณานุกรม | 122 |
| ภาคผนวก | 128 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 129 |
| ภาคผนวก ข หนังสือรายนามผู้ทรงคุณวุฒิ | 136 |
| ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม | 162 |
| ภาคผนวก ง ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ | 171 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

| | |
|----------------------|----------|
| ประวัติผู้วิจัย..... | หน้า 190 |
|----------------------|----------|



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 2.1 | สรุปตัวแปรต้นและตัวแปรตามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 72 |
| 4.1 | การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (RELIABILITY) 82 |
| 4.2 | ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร..... 83 |
| 4.3 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้าน ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต..... 84 |
| 4.4 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย 86 |
| 4.5 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน 87 |
| 4.6 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ 88 |
| 4.7 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจ ออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการวางแผน..... 89 |
| 4.8 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจ ออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการจัดองค์การ 90 |
| 4.9 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของ กลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านภาวะผู้นำ 92 |
| 4.10 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของ กลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการควบคุมกำกับ..... 93 |
| 4.11 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจ ออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย..... 94 |
| 4.12 | การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจ ออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร 95 |
| 4.13 | การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจ ออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร 96 |
| 4.14 | การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการ ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร 97 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.15 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 98 |
| 4.16 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 98 |
| 4.17 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 100 |
| 4.18 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 101 |
| 4.19 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 101 |
| 4.20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 103 |
| 4.21 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น | 104 |
| 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ ANOVA | 105 |
| 4.23 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (MULTIPLE LINEAR REGRESSION) ของปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ | 105 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 1.1 มูลค่าตลาดธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ในประเทศไทย..... | 2 |
| 1.2 มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารริมทาง..... | 3 |
| 1.3 จำนวนธุรกิจร้านอาหารริมทาง | 3 |
| 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย | 7 |
| 2.1 กระบวนการจัดการ | 15 |
| 2.2 ร้านยายปวด..... | 34 |
| 2.3 แกงส้มปลาผัดรวม | 34 |
| 2.4 ปลาโหมงามทอดเกลือ | 34 |
| 2.5 ปลาเค็มทอดกะทิ..... | 34 |
| 2.6 ผัดผักกูดน้ำมันหอย | 34 |
| 2.7 รีวิว ร้านยายปวด..... | 34 |
| 2.8 ร้านเฮลโล่การ์เด็น..... | 35 |
| 2.9 เป็ดร่อน..... | 35 |
| 2.10 หมักไข่นึ่งมะนาว | 35 |
| 2.11 กุ้งอบวุ้นเส้น | 36 |
| 2.12 รีวิวอาหารเฮลโล่ การ์เด็น | 36 |
| 2.13 ครั้วธนิสา..... | 37 |
| 2.14 ข้าวคลุกกะปิ..... | 37 |
| 2.15 ข้าวผัดน้ำพริกปลาทุ..... | 37 |
| 2.16 แกงคั่วหอยขม | 37 |
| 2.17 ข้าวผัดแกงเขียวหวาน..... | 37 |
| 2.18 รีวิว ร้านครั้วธนิสา | 38 |
| 2.19 ร้านธรรมดา CAFÉ AND EATERY | 38 |
| 2.20 แกงคั่วส้มปู..... | 39 |
| 2.21 ฉู่ฉี่ปลาอินทรี..... | 39 |
| 2.22 ข้าวทะเลเกยตื้น..... | 39 |
| 2.23 รีวิวร้านธรรมดาCAFÉ'AND EATERY..... | 39 |
| 2.24 ร้านเฮลโล่ สโตน | 40 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 2.24 ร้านเฮลโล่ สโตน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 2.25 แกงส้มเยลโล่ | 40 |
| 2.26 กุ้งผัดซอสมะขาม | 40 |
| 2.27 ปลาหมึกผัดสมุนไพร | 40 |
| 2.28 รีวิวร้านเยลโล่สโตน | 40 |
| 2.29 ครั้วคุณจักษ์..... | 41 |
| 2.30 ผัดผักบุ้งหมูกรอบ | 42 |
| 2.31 แกงส้มชะอมไขยอคมะพร้าวกุ้งสด | 42 |
| 2.32 ใบเหลียงผัดไข่ | 42 |
| 2.33 รีวิวครั้วคุณจักษ์..... | 42 |
| 2.34 ครั้วผัดสด | 43 |
| 2.35 แกงเนื้อปูใบชะพู..... | 43 |
| 2.36 แกงคั่วส้มปุนี่ม..... | 43 |
| 2.37 ปลากะพงซอสมะขาม | 44 |
| 2.38 รีวิวร้านครั้วผัดสด..... | 44 |
| 2.39 ครั้วหนังลุ่มชุมพร | 45 |
| 2.40 ปลาเนื้ออ่อนทอดกระเทียม | 45 |
| 2.41 ต้มส้มปลากะบอก..... | 45 |
| 2.42 แกงคั่วหอยขมเห็ดแครง..... | 45 |
| 2.43 รีวิวร้านครั้วหนังลุ่ม ชุมพร..... | 45 |
| 2.44 ร้าน ZAAP CLASSIC | 46 |
| 2.45 ส้มตำหลวงพระบาง | 47 |
| 2.46 ต้มแซบกระดูกหมูอ่อน | 47 |
| 2.47 ตำถาด ส. ขอนแก่น | 47 |
| 2.48 รีวิวร้าน ZAAP CLASSIC สาขาโลตัสชุมพร | 47 |
| 2.49 RIVER TERRACE | 48 |
| 2.50 ข้าวหมูสามชั้นทอดน้ำปลา..... | 48 |
| 2.51 ข้าวหมูสามชั้นคั่วพริกเกลือไข่ตองน้ำปลา | 48 |
| 2.52 ข้าวคลุกกะปิ..... | 49 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 2.53 รีวิวร้าน RIVER TERRACE | 49 |
| 2.54 คริวสองพี่น้อง..... | 50 |
| 2.55 แกงส้มใต้(แกงเหลือง)..... | 50 |
| 2.56 หมูป่าผัดพริกแกง | 50 |
| 2.57 เต้าหู้ทรงเครื่อง..... | 50 |
| 2.58 รีวิวร้านคริวสองพี่น้อง ชุมพร..... | 50 |
| 2.59 คิดเช่นต้อย | 51 |
| 2.60 แกงส้มมะละกอเนื้อปลาอินทรี..... | 52 |
| 2.61 ไก่ผัดพริกแกงใส่ถั่วฝักยาว | 52 |
| 2.62 แกงป่าไตปลา | 52 |
| 2.63 รีวิวร้านคิดเช่นต้อย..... | 52 |
| 2.64 FIELD GOOD FOOD & DRINK ร้านอาหาร ชุมพร | 53 |
| 2.65 ยำผักกูด | 53 |
| 2.66 แกงคั่วหอยขม | 53 |
| 2.67 สามชั้นคั่วพริกเกลือ..... | 53 |
| 2.68 รีวิวร้าน FIELD GOOD FOOD & DRINK | 53 |
| 2.69 ร้านกวางเฮง ข้าวแกงปักษ์ใต้..... | 54 |
| 2.70 ผัดเผ็ดกบ | 54 |
| 2.71 พะแนงหมู | 54 |
| 2.72 ปลาเค็มทอดกะทิ..... | 55 |
| 2.73 รีวิวร้านกวางเฮง..... | 55 |
| 2.74 ร้านชายน้อย..... | 56 |
| 2.75 ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด | 56 |
| 2.76 ผัดไทยไร้เส้น | 56 |
| 2.77 ข้าวผัดกะเพรา..... | 56 |
| 2.78 รีวิวร้านชายน้อย..... | 56 |
| 2.79 ผัดไทยแม่แดง..... | 57 |
| 2.80 ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด | 57 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 2.81 ผัดไทยไร้เส้น | 57 |
| 2.82 รีวิวร้านผัดไทยแม่แดง เจ้าเก่า | 58 |
| 2.83 ผัดไทยไข่ฟูยายอี่..... | 58 |
| 2.84 ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด | 59 |
| 2.85 ผัดไทยไร้เส้น | 59 |
| 2.86 รีวิวร้านผัดไทยไข่ฟูยายอี่ | 59 |
| 2.87 ร้านย่าปู้ม่า | 60 |
| 2.88 ย่าปู้ม่า..... | 60 |
| 2.89 ย่าหอยนางรม..... | 60 |
| 2.90 หอยแครง กุ้งสดกุ้ง ไหลบัว | 60 |
| 2.91 รีวิวร้านย่าปู้ม่าชุมพร | 60 |
| 2.92 ร้านข้าวราดแกงเจ็ดตุ้ม | 61 |
| 2.93 ผัดหอยลาย..... | 62 |
| 2.94 แกงส้มปลาหน่อไม้ดอง | 62 |
| 2.95 คั่วกลิ้ง | 62 |
| 2.96 รีวิวร้านข้าวราดแกงเจ็ดตุ้ม | 62 |
| 2.97 น่องบิวเมียงปลาเผา..... | 63 |
| 2.98 ยำรวมทะเล | 63 |
| 2.99 ผัดไทยหมูหมัก | 63 |
| 2.100 เมียงปลาทับทิมเผา..... | 64 |
| 2.101 รีวิวร้านน่องบิว เมียงปลาเผา | 64 |
| 4.1 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่มีผลต่อการจัดการ..... | 96 |
| 4.2 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 97 |
| 4.3 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการ ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 99 |
| 4.4 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่มีผล ต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร | 100 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับศึกษาใช้ภายในเพื่อการเรียนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | หน้า |
|--------|--|
| 4.5 | กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อ..... 102 |
| 4.6 | จุดแข็งธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร 107 |
| 4.7 | จุดอ่อนธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร 108 |
| 4.8 | โอกาสธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร..... 109 |
| 4.9 | อุปสรรคธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร..... 110 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 การจัดการได้เพิ่มบทบาทและมีความสำคัญต่อการบริหารองค์การทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นองค์การภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือองค์การที่ไม่แสวงหากำไร หากจะต้องบริหารองค์การเหล่านี้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การบริหารดั้งเดิมที่ไม่คำนึงถึงสภาวะแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาวะแวดล้อมภายนอกองค์การ จะทำให้องค์การไม่สามารถอยู่รอดได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัว ให้ทันต่อภาวะการณ์แข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (วราภรณ์ ผลประเสริฐ, 2554)

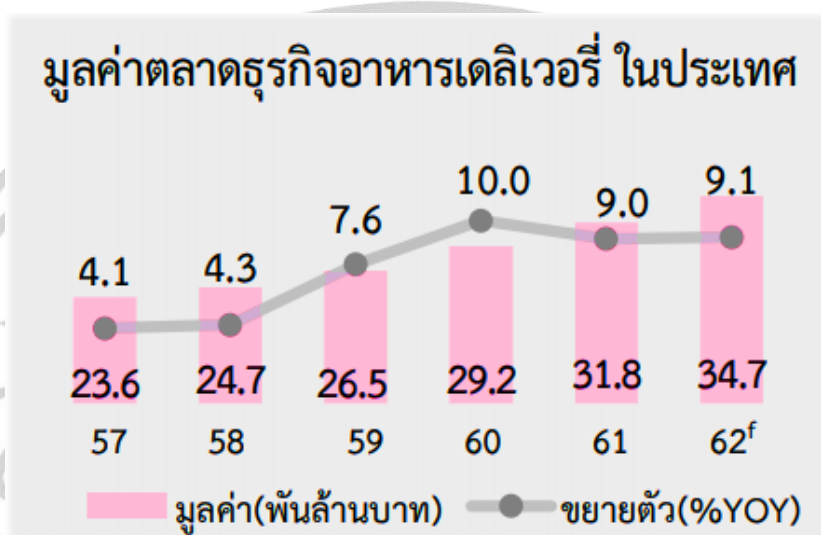
ในโลกปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในการดำเนินชีวิตประจำวัน เนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมโยงคนทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็นต่าง ๆ ซึ่งจากผลสำรวจของเว็บไซต์ Internet World Stats ประจำเดือนมิถุนายน 2559 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 3,675,824,813 คน จากประชากรทั้งหมด 7,340,094,096 คน ซึ่งเทียบเป็น 55.2% และมีแนวโน้มที่มากขึ้นในแต่ละปีอีกด้วยและการสื่อสารที่มีพัฒนามากขึ้นทำให้สื่อออนไลน์ได้กลายมาเป็นหนึ่งในช่องทางในการสื่อสารที่นิยมเป็นอย่างมากเช่นกัน ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ มีแนวโน้มในการเลือกใช้สื่อรูปแบบนี้มากขึ้นในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ซึ่งในบางธุรกิจสื่อดิจิทัลกลายเป็นช่องทางหลักในสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค เลยกี่ว่าได้ (บุญชริกา ตั้งอุดมสิริ, 2559:)

สำหรับประเทศไทย การพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและวงการธุรกิจเป็นอย่างมากเช่นกัน โดยพบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของคนไทยใช้เวลา 7.2 ชั่วโมง หรือเกือบ 1 ใน 3 ของวันในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลต่าง ๆ ดูหนัง ฟังเพลง และใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น ซึ่งจุดเปลี่ยนในวงการธุรกิจที่เกิดจากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ต คือการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือธุรกิจออนไลน์ (Online Business) ธุรกิจออนไลน์ ถือเป็นบริการอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยผู้ประกอบการให้สามารถเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า และการบริการจากกระบวนการในการซื้อผ่านระบบเดิมที่ผู้ซื้อต้องมาติดต่อที่ร้านค้าโดยตรงเป็นการซื้อผ่านเว็บไซต์แทน (จารุณี ศรีปฏิมาธรรม, 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย อีกทั้งเทคโนโลยี ในปัจจุบันช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงร้านอาหารได้ง่ายขึ้น อาทิ บริการเดลิเวอรี่ จากร้านอาหารหรือแอปพลิเคชัน บริการรับส่งอาหาร จึงส่งผลทำให้ มูลค่าตลาดธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องโดย

ในปี 2562 Euromonitor International คาดว่าจะขยายตัวใกล้เคียงกับปี 2561 ที่ร้อยละ 9.1 มีมูลค่าประมาณ 34,700 ล้านบาท

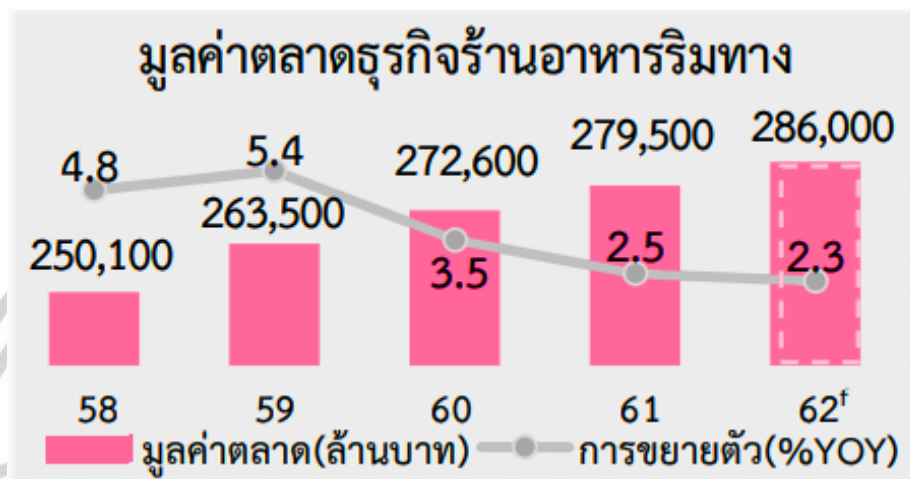


ภาพที่ 1.1 มูลค่าตลาดธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ ในประเทศไทย

ที่มา : Euromonitor International (2018) / NFI

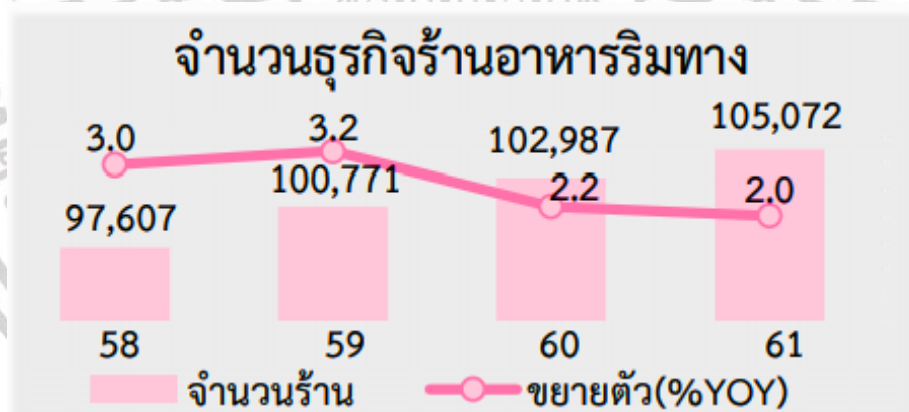
ร้านอาหารริมทาง (Street Food) ปี 2562 ธุรกิจร้านอาหารริมทางหรือสตรีทฟู้ดมีแนวโน้มขยายตัวสะท้อนจากการคาดการณ์มูลค่าตลาด ปี 2562 โดย Euromonitor International ที่มีมูลค่าสูงถึง 286,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.3 และคาดการณ์ว่าธุรกิจร้านอาหารริมทางจะยังคงเติบโตต่อเนื่องโดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 303,700 ล้านบาท ในปี 2565 คิดเป็นอัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.1 ต่อปี โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อการเติบโต คือการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่เน้นความสะดวกสบายและรวดเร็ว อีกทั้งผู้ประกอบการมีการใช้ประโยชน์ จากอินเทอร์เน็ต โดยการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างความน่าสนใจ และเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง การเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ รวมถึงการใช้บริการสั่งและจัดส่งสินค้าผ่านธุรกิจบริการส่งอาหาร อาทิ Food Panda, Line Man, Grab Food ซึ่งดำเนินธุรกิจแบบ B2B B2C ประกอบกับผู้บริโภคนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้นและอาหารริมทางก็มักเป็นตัวเลือกรายแรก ๆ เนื่องจากราคาไม่แพง และอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้ง่ายรวมทั้งอาหารริมทางของไทยถือเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติต้องลิ้มลองแต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจเอกสารนี้ร้านอาหารริมทางยังคงเป็นธุรกิจที่แข่งขันกันรุนแรงจากจำนวนผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างต่อเนื่องเนื่องจากลักษณะอาหารจะมีความคล้ายคลึงกันทำให้เป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่มีการเพิ่มแบรนด์อาหารที่หลากหลายและขยายสาขาออกไปในทุกพื้นที่ธุรกิจร้านอาหารริมทางจึงถือเป็นธุรกิจที่มีการเกิดใหม่และล้มหายได้ง่าย จึงถือเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงอยู่ไม่น้อย



ภาพที่ 1.2 มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารริมทาง

ที่มา : Euromonitor International (2018) / NFI



ภาพที่ 1.3 จำนวนธุรกิจร้านอาหารริมทาง

ที่มา : Euromonitor International (2018) / NFI

อาหารถือเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่ทุกคนจะต้องรับประทานเพื่อการดำรงชีวิต แต่เดิมในยุคที่บริการจัดส่งอาหารและอินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลาย ผู้บริโภคคุ้นเคยกับการรับประทานที่ร้านอาหารที่สามารถสั่งและนั่งรับประทานได้ แต่ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการจราจรที่ติดขัด ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะอยู่บ้าน

1.2 คำถามในการวิจัย

การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.3.2 เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.3.3 เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังนี้

1.4.1 ทราบข้อมูลพื้นฐานธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ในปัจจุบัน

1.4.2 ทราบแนวทางการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร เพื่อทำความเข้าใจกับรูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจประเภทดังกล่าวในยุคการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจออนไลน์ (Online Business)

1.4.3 ทราบข้อมูลและแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงแนวทางการจัดการเพื่อปรับตัวให้สามารถแข่งขันในตลาดการค้าออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร เน้นประเภทร้านอาหารระดับกลาง ร้านอาหารทั่วไปและร้านริมบาทวิถี โดย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เน้นสอบถามเฉพาะผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านเท่านั้นและการศึกษาการนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการมาใช้ในธุรกิจออนไลน์ (Online Business) ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยดังกล่าว

1.5.1.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

1.5.1.1.1 ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทธุรกิจ ชื่อ/สถานที่ตั้งธุรกิจ

1.5.1.1.2 ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ได้แก่ ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน

1.5.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ตามทฤษฎีของ Marry and Coulter

- การวางแผน (Plan)
- การจัดองค์การ (Organization)
- ภาวะผู้นำ (Leadership)
- การควบคุมกำกับ (Control)

1.5.2 ด้านพื้นที่ ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.5.3 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย เฉพาะอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรและเน้นร้านอาหารระดับกลาง ร้านอาหารทั่วไปและร้านริมบาทวิถี เท่านั้น ประชากร ได้แก่ เจ้าของธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของธุรกิจประเภทอาหารไทย เฉพาะร้านอาหารระดับกลาง ร้านอาหารทั่วไปและร้านริมบาทวิถี ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน

1.5.4 ด้านระยะเวลา

รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่วันที่ 16 กรกฎาคม 2563 ถึง 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 รวมเป็นระยะเวลา 11 เดือน

1.6 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีสมมติฐานการวิจัย

1.6.1 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของเจ้าของธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้มีผลต่อรูปแบบการจัดการธุรกิจออนไลน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.2 แนวทางการจัดการมีผลต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตของธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.6.3 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันและการขาดการจัดการ เป็นส่วนหนึ่งของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษามีกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.8.1 การจัดการ (Management) เป็นกิจกรรมสำคัญที่ผู้บริหารต้องสนับสนุนและปฏิบัติ เพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอดและเจริญเติบโตในอนาคต นอกจากนี้การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจและสถานการณ์ที่แปรปรวนในหลายอุตสาหกรรมส่งผลให้บุคลากรในระดับต่าง ๆ ควรต้องมีความเข้าใจในทิศทางกระบวนการในการจัดการขององค์กร เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติงานตอบสนองความต้องการ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของทางโรงเรียนการศึกษานานาชาติ เมื่อผู้ซื้อหนังสือฉบับนี้ไปศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของฝ่ายบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการจัดการธุรกิจออนไลน์ในการศึกษานี้ได้อาศัยทฤษฎีของ Robbins and Coulter เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. การวางแผน (Plan) คือ การกำหนดกิจกรรมตลอดจนภารกิจต่าง ๆ ที่ต้องปฏิบัติเอาไว้ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้เป็นแนวทางตลอดจนทิศทางในการปฏิบัติงาน การวางแผนควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์ และขั้นตอนที่จะทำให้บรรลุผลตามที่ต้องการ

2. การจัดองค์การ (Organization) คือ การกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง กำหนดบทบาท หน้าที่ ตลอดจนการทำงานของทุกภาคส่วนให้สอดคล้อง ราบรื่น และไม่ทับซ้อนกัน การจัดการองค์การยังรวมถึงการจัดระเบียบในการทำงานที่จะทำให้การทำงานไม่สะดุด จัดสรรคนให้เหมาะสมกับงาน จัดการงานให้เป็นระบบระเบียบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด

3. ภาวะผู้นำ (Leadership) คือ ภาวะในการควบคุมการทำงานให้สำเร็จลุล่วง โดยต้องสามารถสร้างแรงจูงใจให้ทุกคนอยากร่วมทำงานได้ ต้องบริหารงานบุคคลได้ดี ต้องเข้าใจการทำงานของตนเองและผู้อื่นได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีทักษะในการแก้ไขปัญหาได้ดี และมีการตัดสินใจที่รอบคอบ ฉับไว ดีเยี่ยม สามารถที่จะนำพาทุกคนบรรลุเป้าหมายไปสู่ความสำเร็จได้

4. การควบคุมกำกับ (Control) คือ การดูแลบุคลากร ตลอดจนการทำงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ตลอดจนการติดตามประเมินผลว่าการปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามที่วางไว้หรือไม่ บรรลุวัตถุประสงค์หรือเปล่า มีความสำเร็จมากน้อยเพียงไร การควบคุมนั้นยังหมายถึงการจัดการกับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลกระทบกับการทำงานน้อยที่สุดอีกด้วย

1.8.2 ธุรกิจออนไลน์ (Online Business) หมายถึง การดำเนินกิจการบนพื้นฐานอาชีพที่จะทำให้เกิดรายได้ผ่านโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค หมายถึงรวมถึงกิจการอาชีพทั้งในในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอย่างอื่น สำหรับความหมายที่เข้าใจกันง่าย ๆ ก็คือ การประกอบอาชีพค้าขาย เพื่อก่อให้เกิดกำไรเป็นรายได้แบบอาชีพประจำ

1.8.3 อาหารไทย หมายถึง อาหารประจำประเทศไทย ที่มีการสั่งสมและถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีต จนเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ อาจมีการดัดแปลงปรับปรุงมาจากอาหารของชาติอื่น แต่ได้มีการบริโภครู้จักกันในหมู่ชาวไทยเป็นอย่างดีว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาหารไทย

1.8.4 ร้านอาหาร หมายถึง การประกอบกิจการให้บริการซื้อขายอาหารแก่ลูกค้าหรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคได้รับประทานภายในสถานที่ที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจุอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคนำรับประทานที่อื่นได้ การศึกษานี้ใช้เกณฑ์ลักษณะร้านอาหารของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งแบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบ ตกแต่งเป็นหลัก ได้แก่ (ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. 2558)

1. ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีตสวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอสมควร เน้นบรรยากาศแบบสบาย ๆ เป็นกันเอง ราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง

3. ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก

4. ร้านริมบาทวิถี (Kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่าย ๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

1.8.5 จังหวัดชุมพร หมายถึง จังหวัดที่ตั้งอยู่ตอนบนสุดของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางรถยนต์ ประมาณ 498 กิโลเมตร มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคใต้ แบ่งเขตการปกครองตามลักษณะพื้นที่ออกเป็น 8 อำเภอ เศรษฐกิจโดยทั่วไปของจังหวัดขึ้นอยู่กับผลิตผลทางการเกษตร และการค้า อาชีพหลักคือ การทำสวนยางพารา ปลูกผลไม้ การประมง และการเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

1.8.6 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยในจังหวัดชุมพร หมายถึง การดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร หรือผู้ผลิตภัณฑ์ สำหรับขายปลีกขายส่ง ให้ร้านอาหารหรือโรงงานนำไปแปรรูปหรือทำให้อยู่ในสภาพเพื่อขาย กิจกรรมประกอบอาชีพ ด้านการค้าปลีกและให้บริการสำเร็จรูปพร้อมบริโภคประเภทอาหารตามสั่ง ดังรายนามของร้านตัวอย่างที่ทำการศึกษาดังต่อไปนี้

1.8.6.1 ร้านยายปุด ชุมพร เมนูแนะนำ: ปลาเค็มทอดกะทิ / แกงส้มปลาผักรวม / ปลาโหมงามทอดเกลือ / ผัดผักกูดน้ำมันหอย ตั้งอยู่ที่: 74 ม.1 ต.บางหมาก อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร 86000 ติดต่อ 07757 4253

1.8.6.2 ร้านอาหาร เยลโล่การ์ เมนูแนะนำ: เป็ดร่อน, แหนมซี่โครงหมู, หมักไข่นึ่งมะนาว, กุ้งแช่น้ำปลา, กุ้งอบวุ้นเส้น ที่ตั้ง: กรมหลวงชุมพร 16 ชุมพร (ถนนอนุชุมพร ตำบลนาทุ่ง เมืองชุมพร ติดกับดีไอโซนริสอร์ท) ติดต่อ 077642599, 0867859151, 0954192483

1.8.6.3 ครวัธนิสา เมนูแนะนำ: ข้าวผัดน้ำพริกปลาทุ, ข้าวผัดแกงเขียวหวาน, ข้าวผัดน้ำพริกเงาะ, กุ้งผัดพริกเกลือ ที่ตั้ง: 87 หมู่ 10 ต.นาทุ่ง อ.เมือง ชุมพร 86000 ติดต่อ 077-572-044

1.8.6.4 ร้านธรรมดา THAMMADAA เมนูแนะนำ: ไข่ปลาคาเวียร์, ข้าวทะเลเกยตื้น, แกงคั่วส้มปู ที่ตั้ง: 351/31 ชั้น 2 ถนนสุขเสมอ ท่าตะเภา เทศบาลเมืองชุมพร 86000 ติดต่อ 080-589-2694

1.8.6.5 ร้าน Yellow Stone เมนูแนะนำ : ปลายำสมุนไพร, แกงส้มเยลลี่, หลนปูเค็ม, กุ้งผัดขมิ้นหอม ที่ตั้ง : 161 ต.ท่าตะเภา อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร 86000 ติดต่อ 077511648, 0816930709

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนสิทธิ์ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ใช้ต้องรับผิดชอบต่อการใช้งาน และไม่ควรมีการนำข้อมูลไปใช้

1.8.6.6 ครั้วคุณจักษ์ เมนูแนะนำ : แกงส้มชะอมไผ่ยอดมะพร้าวกุ้งสด, ใบเหลียงผัดไข่, ผัดผักบุ้งหมูกรอบ ที่ตั้ง : กรมหลวง ซอย 3 ชุมพร ต.นาทุ่ง อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร ติดต่อ 077 510 677

1.8.6.7 ร้านครัวผักสด เมนูแนะนำ: ปลากระพงซอสมะขาม, แกงคั่วส้มปูนึ่ง, แกงเนื้อปูใบชะพลู ที่ตั้ง: 110, 32 ซอย สุขเสมอ 9 ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ 077 571 731

1.8.6.8 ครัวหนังลุงชุมพร เมนูแนะนำ : แกงคั่วหอยขมเห็ดแครง, ต้มส้มปลากระบอก, ปลาเนื้ออ่อนทอดกระเทียม ที่ตั้ง : 9 หมู่ 5 ถ.ชุมพร-ระนอง ตำบลวังไผ่ อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ 077 501 776

1.8.6.9 ร้าน ZAAP CLASSIC เมนูแนะนำ: ต้มยำ ส. ขอนแก่น, ต้มแซบกระดูกหมูอ่อน, ส้มตำหลวงพระบาง ที่ตั้ง: Tesco Lotus ชุมพร 176 หมู่ที่ 3 ถนนชุมพรตัดใหม่ ชุมพร ติดต่อ 093-774-4491

1.8.6.10 River Terrace เมนูแนะนำ: ข้าวหมูสามชั้นคั่วพริกเกลือไข่ตองน้ำปลา, ข้าวหมูสามชั้นทอดน้ำปลา, ข้าวคลุกกะปิ ที่ตั้ง: ตำบล บางลึก อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ 085-4039777

1.8.6.11 ครัวสองพี่น้อง เมนูแนะนำ: แกงส้มใต้(แกงเหลือง), เต้าหู้ทรงเครื่อง, หมูป่าผัดพริกแกง ที่ตั้ง: 197/1 ถนน ซอย ตรีสินธุ์ ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ 064 979 8922

1.8.6.12 ร้านคิดเข่นต้อย เมนูแนะนำ : แกงส้มมะละกอเนื้อปลาอินทรี, ไข่ผัดพริกแกงใส่ถั่วฝักยาว, แกงป่าไตปลา ที่ตั้ง : ถนนเฉลิมพระเกียรติ แยกไฟแดงนาทุ่ง 86000 ติดต่อ 077 504 163

1.8.6.13 Field Good Food & Drink เมนูแนะนำ: ยำผักกูด, แกงคั่วหอยขม, สามชั้นคั่วพริกเกลือ ที่ตั้ง : 99/5 ม.1 ต.บางหมาก อ.เมือง เทศบาลเมืองชุมพร 86000 ติดต่อ 086-0012088

1.8.6.14 ร้านกวางเฮง เมนูแนะนำ: ผัดเผ็ดกบ, พะแนงหมู, ปลาเค็มทอดกะทิ ที่ตั้ง : 198, 200 ศาลาแดง ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ : 07750 1079

1.8.6.15 ร้านชายน้อย เมนูแนะนำ: ผัดไทยไร้เส้น, ข้าวผัดกะเพรา, ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด ที่ตั้ง: 23/4 ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ: 061 545 5996

1.8.6.16 ผัดไทยแม่แดง เมนูแนะนำ: ผัดไทยกุ้งสด, ผัดไทยรวมมิตร ที่ตั้ง: ถนนกรมหลวงชุมพร (ถนนกรมหลวงชุมพรเขื่อนบ้านบัวตีฟูล)

1.8.8.17 ผัดไทยไข่มุกอ้อ เมนูแนะนำ: ผัดไทยกุ้งสด, ผัดไทยรวมมิตร ที่ตั้ง: ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ 083 639 9497

1.8.6.18 ร้านยาปุ้มย่า เมนูแนะนำ: ยาปุ้มย่า, ยาไข่มวงดา, ยาหอยนางรม ที่ตั้ง: เลขที่ 144/1 ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมือง, ชุมพร 86000 ติดต่อ 061 326 5669

1.8.6.19 ร้านข้าวราดแกงเจ็ดคุ้ม เมนูแนะนำ: แกงไตปลากะทิ, แกงส้มปลาหน่อไม้ดอง, ผัดหอยลาย, คั่วกลิ้ง ที่ตั้ง: ถนน ประชาอุทิศ ตำบล ท่าตะเภา อำเภอ เมืองชุมพร จังหวัด ชุมพร 86000 สุขเสมอซอย9 ชุมพร (เยื้องโรงแรมนานาชาติ) ติดต่อ 061 326 5669

1.8.6.20 น่องบิว เมียงปลาเผา เมนูแนะนำ: เมียงปลาทับทิมเผา, หอยนางรมทอด, ผัดไทย, หอยทอด ที่ตั้ง: ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 ติดต่อ 089 796 8298



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการเพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1. ความหมายแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ
- 2.2 ธุรกิจออนไลน์
- 2.3 ธุรกิจอาหารไทย
- 2.4 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมาย แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

2.1.1 ความหมายเกี่ยวกับการจัดการ

คำว่า “การจัดการ” หรือ “Management” หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการในการใช้ทรัพยากรขององค์การเพื่อการบรรลุเป้าประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ยังคงกำหนดไว้ การจัดการมีความคล้ายคลึงกับการบริหาร (Administration) เนื่องจากมีจุดมุ่งหมายในการบรรลุเป้าหมายแต่ในขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (Louis Allan, 1973) แนวคิดและทฤษฎีการจัดการปัจจุบันในองค์การต่าง ๆ มักใช้คำสองคำคือ “การบริหาร (Administration)” กับคำว่า “การจัดการ (Management)” สลับกันไปมา ทั้งนี้เนื่องจากทั้งสองคำนี้มีความหมายเหมือนกันจึงใช้แทนกันได้มีข้อแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยตรงที่ประการแรก “การบริหาร” มักใช้ในวงราชการหรือราชการและใช้กับผู้บริหารระดับสูงขององค์การที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ในขณะที่ “การจัดการ” ใช้ในวงธุรกิจหรือเอกชนเป็นหลักและใช้กับผู้ปฏิบัติงาน รองลงมาที่มีหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (องอาจ ก่อสินค้า, 2558)

Ernest, (1998) การบริหารโดยการจัดการของมนุษย์เป็นกระบวนการในการตัดสินใจและเป็นการรวบรวมและแจกแจงทรัพยากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งใจไว้

Robbinsและคณະ (2015) หมายถึง กระบวนการที่ออกแบบเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การโดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยที่ประสิทธิผลหมายถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจเอาไว้ ขณะที่ประสิทธิภาพหมายถึงการบรรลุวัตถุประสงค์โดยทรัพยากรน้อยที่สุด

Ferrell, & Ferrell (2015) หรือหมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์การผ่านหน้าที่ทางการบริหารต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำองค์การและการควบคุมบุคคลและทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์การ อย่างไรก็ตามเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Nickels และคณะ. (2015) นอกจากนี้ การจัดการยังหมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ร่วมกับผู้อื่นการทำงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำภายในสภาพองค์การที่กล่าวนั้น ทรัพยากรด้านบุคคลจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์การที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์การซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่น ๆ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม

Schermerhorn. (2000) การบริหารจัดการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานขององค์การการที่องค์กรจะประสบผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด องค์กรจะอยู่รอดและมีความมั่นคงขึ้นอยู่กับ การบริหารจัดการที่ดีแต่ถ้าองค์กรใดขาดการบริหารจัดการที่ดีแล้วจะทำให้องค์กรนั้นต้องล่มสลายไปหรือไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้การบริหารจัดการนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการทำงานกับบุคคลอื่นและผ่านบุคคลอื่นให้บรรลุประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพ ในองค์กรซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารทรัพยากรและกิจการอื่น ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

บาร์โธลและมาร์ติน (Bartol and Martin, 1998) กล่าวว่า การจัดการเป็นกระบวนการในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการทำหน้าที่หลัก 4 ประการได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การขึ้นนำและการควบคุมองค์กร

Rue and Byars. (2002) กล่าวว่า การจัดการคือรูปแบบของงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการประสานทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรอันได้แก่ ที่ดินแรงงาน และทุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรโรบิน และดีเซนโซ (Robbins and DeCenzo, 2005) การจัดการ(Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ด้วยคนและทรัพยากรขององค์การซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการจึงได้แก่ ขบวนการ (process) ประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness) ขบวนการ (process) ในความหมายของการจัดการนี้หมายถึงหน้าที่ต่าง ๆ ด้านการจัดการได้แก่ การวางแผนการจ้ดองค์การ การโน้มนำองค์การและการควบคุม

โรบิน และดีเซนโซ. (Robbins and DeCenzo, 2005) การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์การซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (process) ประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness) ขบวนการ (process) ในความหมายของการจัดการนี้หมายถึงหน้าที่ต่าง ๆ ด้านการจัดการได้แก่ การวางแผนการจ้ดองค์การ การโน้มนำองค์การและการควบคุม ซึ่งจะได้อธิบายละเอียดต่อไปในหัวข้อต่อไปเกี่ยวกับหน้าที่และ ขบวนการจัดการ

ดรัคเกอร์. (Druck, 2006)กล่าวว่า การจัดการหมายถึง การทำงานให้สำเร็จตาม วัตถุประสงค์ขององค์กร ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทางการจัดการซึ่งรวมถึงกิจกรรม 4 ประการได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การขึ้นนำ และการควบคุมองค์กรนอกจากกิจกรรมการจัดการให้เป็นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นสมควรให้เผยแพร่เอกสารนี้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การตัดสินใจในการบริหารจัดการ การจัดการเชิงกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบริหารกลุ่ม และการจัดการในสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ

สมยศ นาวิการ. (2558) กล่าวไว้ว่า กระบวนการจัดการว่าเป็นกิจกรรมของการบริหารที่สำคัญ 4 อย่างคือ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการและการควบคุมรูปแบบของการบริหารดังกล่าวนี้ ได้รับการพัฒนาขึ้นเมื่อประมาณปลายศตวรรษที่สิบเก้า

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2558) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการจัดการ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานจะต้องเป็นไปตามขั้นตอนตามลำดับ เป็นการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด โดยใคร นอกจากจะเป็นการลดความไม่แน่นอนแล้วยังทำให้สมาชิกในองค์กรมีความมั่นใจในการทำงานทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ การจัดลำดับการทำงานที่ดีไม่ควรมีลักษณะตายตัวต้องยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์อาจมีการปรับปรุงแก้ไข หรือปรับเปลี่ยนลำดับการทำงานได้เสมอส่งผลให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิผลมากขึ้นด้วย

สุรัสวดี ราชกุลชัย. (2559) กล่าวไว้ว่า “การบริหาร” (Administration) และ“การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2559) กล่าวไว้ว่า ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” และ“การจัดการ” ได้ดังนี้ การบริหาร (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูงโดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูงเป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการและคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐหรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไรส่วนการจัดการ (Management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) ส่วน คำว่า “ผู้จัดการ” (Manager) จะหมายถึง บุคคลในองค์กรซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กรและความหมาย การจัดการคือกระบวนการนำทรัพยากรบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งนิยมเรียกว่า POCDCORB ครั้งเมื่อเข้าปี 1972 คูนต์ซ์ (Koontz) มีความคิดเห็นว่าหน้าที่ทางการจัดการคือ POSDC ได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ(Organizing), การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing), การอำนวยการ(Directing), และการควบคุม (Controlling) ซึ่งเป็นแนวคิดของเขาเปลี่ยนแปลงไปชัดเจน โดยในปี 1988 คูนต์ซ์และเวียร์ทริช (Koontz and Wehrich) เขียนตำราใช้ชื่อว่า Management ร่วมกันและเปลี่ยนหน้าที่ทางการจัดการจากตัว D (Directing) เป็น L (Leading) พัฒนาด้านแนวคิดดังกล่าวยังคงก้าวต่อไปไม่หยุดยั้ง บางทีในยุคหน้าเราอาจเห็นหน้าที่การจัดการที่เหลืออักษรเพียงตัวเดียวหรือสองตัวเท่านั้นก็เป็นได้ ดังนั้นอาจสรุปหน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานทางการจัดการได้ว่าเป็น เครื่องมือที่ใช้กระบวนการ (Process) แปรรูปทรัพยากรที่นำเข้าไปเป็นผลผลิตตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์การต่อไป

OUTPUT คือเป้าหมาย (Goals) หรือวัตถุประสงค์ (Objectives) ขององค์การที่น่าออกมาจากกระบวนการแปรรูปในขั้นตอนที่สอง เป้าหมายขององค์การสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือองค์การที่มีเป้าหมายที่มุ่งแสวงหากำไร (Profit) และองค์การมีเป้าหมายไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non-profit) หรืออาจแบ่งเป็นองค์การที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตสินค้ากับองค์การที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการ (Services) ก็ได้

สรุปได้ว่า “การจัดการ” หมายถึง กระบวนการกิจกรรมหรือการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ในอันที่จะเชื่อมั่นได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปในแนวทางที่จะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าที่อันที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งสถานะที่จะเอื้ออำนวยต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ ด้วยความพยายามร่วมกันของกลุ่มบุคคล

การจัดการเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์เนื่องจากการจัดการเป็นความรู้ที่สามารถถ่ายทอดมีหลักเกณฑ์ สามารถพิสูจน์ ความจริงได้ ตลอดจนได้รับการศึกษาค้นคว้ากันอย่างต่อเนื่อง ส่วนในแง่ของการเป็นศิลป์ ซึ่งหมายถึงการประยุกต์เอาความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพราะการจัดการในองค์กรแต่ละองค์กรมีปัจจัยที่แตกต่างกัน ดังนั้นศาสตร์หรือความรู้ในด้านการจัดการเพียงอย่างเดียวจึงไม่สามารถจะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรได้ จำเป็นต้องประยุกต์ความรู้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับองค์กรแต่ละองค์กร

แนวคิดของ Henri Fayol

Henri Fayol วิศวกรด้านอุตสาหกรรมชาวฝรั่งเศสซึ่งได้นำหลักการตามแนวคิดแบบวิทยาศาสตร์ของ Taylor มาใช้โดยเพิ่มเติมการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของแต่ละงานแยกออกจากกันอย่างชัดเจน รวมถึงการศึกษาหลักการทำงานในระดับผู้จัดการ ซึ่งอาศัยประสบการณ์จากโรงงานที่ประสบผลสำเร็จ Fayol ให้ทัศนะว่า การบริหารเป็นทฤษฎีที่สามารถถ่ายทอดและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จึงได้นำเสนอกรอบแนวคิดการบริหารโดยการแยกเป็นหลักการและหน้าที่ ดังนี้

(วิเชียร วิทย์อุดม, 2558, ตฤมา มหาพสุธานนท์, 2559 และอนิวัช แก้วจางง, 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักในการบริหารจัดการของ Fayol

1) หลักการแบ่งงานกันทำ (Division of work) เป็นการลดเวลาทำงานให้น้อยลงแต่องค์การยังคงได้รับผลสำเร็จของงาน คือผลผลิตอยู่ในระดับสูง องค์การที่นำหลักการแบ่งงานกันทำมาใช้ต้องเพิ่มทักษะความเชี่ยวชาญ ไม่เฉพาะแต่พนักงานระดับล่าง แต่เพิ่มในทุกระดับการทำงาน

2) หลักอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility) เป็นหลักการออกคำสั่งต่อผู้ใต้บังคับบัญชา อำนาจหน้าที่เป็นสิ่งที่ผู้บริหารได้รับจากองค์การ ส่วนความรับผิดชอบเป็นจิตสำนึกของบุคคลต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากองค์การ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบจึงต้องอยู่คู่กันเสมอ องค์การจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบไม่มีความสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน

3) หลักความมีระเบียบวินัย (Discipline) เป็นหลักการปฏิบัติตามระเบียบขององค์การ พนักงานต้องปฏิบัติตามระเบียบอย่างเคร่งครัด Fayol เชื่อว่าการยอมรับในระเบียบวินัยและนโยบายขององค์การจะก่อให้เกิดความมีระเบียบวินัยที่ดีในการทำงาน โดยเฉพาะผู้บริหารที่เคารพในระเบียบวินัยขององค์การจะเป็นตัวอย่างที่ดีช่วยเสริมสร้างความนับถือและความน่าเชื่อถือสำหรับบุคคลภายในและภายนอกองค์การ

4) หลักเอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) เป็นหลักการที่เกี่ยวกับการบังคับบัญชาของผู้บริหาร Fayol เชื่อว่าการมีผู้บังคับบัญชาคนเดียว (One man one boss) จะทำให้การทำงานในหน้าที่และความรับผิดชอบมีประสิทธิภาพ โดยสามารถลดความขัดแย้งในการทำงานได้

5) หลักเอกภาพในการอำนวยการ (Unity of Direction) เป็นหลักการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดและอยู่ภายใต้การดูแลของผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว

6) หลักเหตุผลส่วนตัวมีความสำคัญน้อยกว่าผลประโยชน์องค์การ (Subordination of Individual Interest to General Interest) ด้วยเหตุผลองค์การไม่อาจดำรงอยู่ได้หากบุคคลในองค์การตั้งดวงผลประโยชน์องค์การส่วนตัว บุคคลจะขาดความผูกพันและปราศจากการทุ่มเทในการสร้างสรรค์ผลงาน Fayol เชื่อว่าหากทุกคนมุ่งสร้างผลประโยชน์แก่องค์การแล้วผลประโยชน์ก็จะกลับมาตกแก่บุคคลนั้นในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างแน่นอน ได้แก่ เงินค่าจ้างเงินรางวัลและโบนัส เป็นต้น

7) หลักค่าตอบแทน (Remuneration of Personnel) เป็นหลักการให้รางวัลแก่บุคคลในองค์การที่ได้ทำความดีความชอบให้องค์การ หลักการให้รางวัลต้องให้ความยุติธรรมกับทุกคน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานทุกคน Fayol เชื่อว่าการให้ความยุติธรรมในเรื่องค่าตอบแทนนอกจากจะช่วยสร้างขวัญและกำลังใจแล้วยังทำให้บุคคลต้องการทำงานกับองค์การต่อไปได้นานที่สุด

8) หลักการรวมอำนาจ (Centralization) เป็นหลักงานสั่งการโดยตรงจากผู้บังคับบัญชา ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ทางอื่นโดยไม่ผ่านการเห็นชอบจากผู้จัดทำ ไม่ควรนำเนื้อหาไปเผยแพร่โดยไม่เห็นชอบจากผู้จัดทำ

9) หลักสายบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ (Scalar Chain) เป็นการจัดระบบการบังคับบัญชาจากระดับสูงสุดไปสู่ระดับต่ำสุดตามลำดับเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงด้านการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

10) หลักการออกคำสั่ง (Order) ต้องจัดลำดับตำแหน่งหน้าที่ที่ได้รับจากองค์การอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อการสั่งการจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาได้ถูกต้อง สร้างความพอใจแก่พวกเขาโดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง หลักความเสมอภาคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสร้างแรงจูงใจแก่บุคคลที่อยู่ในองค์การให้ทำงานร่วมกันได้อย่างสำเร็จ

11) หลักความเสมอภาค (Equity) เป็นการปฏิบัติในทุก ๆ ด้านแก่ทุกคนในองค์การอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง หลักความเสมอภาคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสร้างแรงจูงใจแก่บุคคลในองค์การให้ทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี

12) ความมั่นคงในการทำงาน (Stability of Tenure of Personnel) เป็นการแสดงให้เห็นถึงอนาคตหรือความมั่นคงในหน้าที่การงานของคนในองค์การ Fayol เชื่อว่าการสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้กับคนงานทุกคนในองค์การจะทำให้เขาสามารถมีชีวิตอยู่ได้ มีกำลังใจในการสร้างสรรค์ผลงานและทำงานให้การองค์การได้นานที่สุด

13) ความคิดริเริ่ม (Initiative) เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นหรือกระทำการสิ่งต่าง ๆ โดยปราศจากการสั่งการของผู้บังคับบัญชา Fayol เชื่อว่าความคิดริเริ่มของคนงานสามารถช่วยสร้างจุดแข็งและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในองค์ได้ ทั้งนี้ความคิดของคนงานในระดับล่างอาจช่วยให้คนงานนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานได้มากเช่นกัน

14) ความสามัคคี (Esprit de corps) เป็นความรู้สึกในหน้าที่และความรับผิดชอบของคนงานในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยส่งเสริมให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ Fayol เชื่อว่าการให้ความร่วมมือการทำงานเป็นกลุ่มและการติดต่อสื่อสารที่ดีสามารถสร้างทีมสปิริตเพื่อให้เกิดความสามัคคีในกลุ่มและโรงงานจะเป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จของโรงงาน

หน้าที่ในการบริหารจัดการของ Fayol

1) การวางแผน (Planning) ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้จัดการและผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมนั้น โดยผู้บริหารต้องสามารถทำการคาดการณ์ได้อย่างถูกต้อง ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์การได้ รวมถึงการวางแผนปฏิบัติการ (Operating Plan) เพื่อใช้แนะนำ (Guide) เพื่อการตัดสินใจในอนาคตได้

2) การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการออกแบบโครงสร้างองค์การ เพื่อให้มองเห็นกิจกรรมขององค์การ โครงสร้างภาระงาน (Tasks) และอำนาจหน้าที่ (Authority) การจัดองค์การเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารต้องเข้าใจและสามารถดำเนินการได้เพื่อการบริหารคนและทรัพยากรในองค์การได้เหมาะสมและบรรลุผลสำเร็จ

3) การบังคับบัญชา (Commanding) เป็นการสั่งการในกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างผู้บังคับบัญชา กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Subordinates) เพื่อผลสำเร็จในการสั่งการ Fayol แนะนำว่าความสร้างให้เห็น

ด้วยตัวอย่างที่ดีเพื่อการยอมรับร่วมกันในกิจกรรมของพนักงาน ควรใช้การสื่อสารแบบ 2 ช่องทาง (Two-way Communication) กับผู้ได้บังคับบัญชา นอกจากนี้ ผู้บริหารควรประเมินผู้ได้บังคับบัญชา และโครงสร้างองค์การอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรรีรอหรือลังเลในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเมื่อพบว่า องค์การได้รับผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

4) การประสานงาน (Coordinating) เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสอบถามหรือขอความร่วมมือ เพื่อให้เกิดกิจกรรมในองค์การได้เป็นผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ Fayol ให้ความเห็นว่าการประสานงานดูเหมือนจะเป็นเรื่องง่ายในกระบวนการจัดการ แต่ผู้บริหารจะต้องใช้ความสามารถส่วนตัวมากจึงจะประสบความสำเร็จ

5) การควบคุม (Controlling) เป็นกิจกรรมสุดท้ายและเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารต้องดำเนินการ ตรวจสอบ ดูแลและควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ล่วงหน้า

แนวคิดการบริหารตามหลักการและหน้าที่ของ Fayol ช่วยให้เกิดความชัดเจนและเกิดความเข้าใจของบุคคลในองค์การ ทุกคนได้รู้ว่าการทำงานในแต่ละงานให้ แต่ละบุคคลที่ต้องทำงานแต่ละงานมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน ทุกคนจึงควรเข้าใจวิธีการปฏิบัติงานร่วมกันตามหลักการและหน้าที่หรือที่รู้จักกันดีในนาม POCCC ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์และผลสำเร็จขององค์การ แนวคิดเกี่ยวกับหลักการและหน้าที่ของ Fayol ได้รับยกย่องเป็น "บิดาแห่งทฤษฎีการบริหาร (Father of Administration Theory)" แม้ว่ากรอบแนวคิดของ Fayol ขาดความชัดเจนในเรื่องตัวเลขแต่องค์การสามารถประยุกต์ใช้ได้จริงในการบริหารจนถึงทุกวันนี้ ทั้งนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545) เห็นว่าหลักการบริหารจัดการของ Fayol แบ่งได้ตามหน้าที่ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) ส่วนใหญ่จะชี้ให้เห็นว่า หลักการดังกล่าวไม่เพียงแต่นำมาใช้ได้เฉพาะในวงการธุรกิจเท่านั้น แต่สามารถนำไปใช้กับการเมือง ศาสนา การสังคมสงเคราะห์ การทหารและกิจกรรมทางสาขาอื่น ๆ เพราะว่าทุกองค์การ ต้องอาศัยการบริหารจัดการ จึงต้องมีการสร้างทฤษฎีการบริหารและมีการสอนเป็นวิชาเอก

ทฤษฎีการบริหาร (Gorge & Jonh, 1977) ในการจัดทำแนวทาง ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการโครงสร้างองค์กรและการบริหารงาน
2. คณะกรรมการที่ปรึกษาเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการแข่งขันกีฬา
3. คณะกรรมการดำเนินงานบริหารและอำนวยความสะดวกให้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามภารกิจหลักขององค์กร

4. ผู้ประสานงานจะประสานระหว่างเครือข่ายให้ทำกิจกรรมและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งภายในและนอกองค์กร

5. เครือข่ายทางการกีฬากลุ่มต่าง ๆ ประกอบด้วย เครือข่ายกลุ่มผู้นำการเปลี่ยนแปลง เช่น

ประชาชนในชุมชน ศิลปิน นักวิชาการนักบริหารจัดการแข่งขันกีฬาและเครือข่ายชาวบ้าน ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค้สินค้า

ไม่ว่าการนี้... ห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิก (Gulick and Urwick,1973) เสนอเป็นหลักการว่ากระบวนการจัดการประกอบด้วย ขั้นตอนที่สำคัญ 7 ประการหรือเรียกว่า POSDCORB ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง การวางแผน หรือการกำหนดการไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไรในการบริหารงานใด ๆ ก็ตามผู้บริหารจะต้องรู้จักวางแผน เพราะการวางแผนเป็นหลักการสำคัญ มูลฐานของกระบวนการบริหาร ผู้บริหารจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่า แผนงานนี้เป็นหลักและเป็นรากฐานของการปฏิบัติงานทั้งปวง ถ้าปราศจากแผนงานแล้วเป็นการยากที่ผู้บริหารจะทำงานให้ได้ผลดีการวางแผนในการบริหารนั้นอาจจัดเป็นแผนระยะสั้น หรือแผนระยะยาวก็ได้รูปแบบของแผนงานควรประกอบด้วยวัตถุประสงค์นโยบาย แนวปฏิบัติและมาตรฐานของงาน ในการวางแผน ผู้บริหารจะต้องคำนึงอยู่เสมอว่า จะทำอะไร (What) จะทำอย่างไร (How) จะใช้เงินเท่าไร (How money) จะมอบหมายให้ใครทำ (Who) และจะกระทำเมื่อไร (When) นอกจากนี้ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงสภาพภูมิศาสตร์ สภาพแวดล้อม ดินฟ้าอากาศ ระบบของสังคม พฤติกรรมของบุคคล ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นที่ยึดถือของบุคคลในกลุ่มนั้น ๆ ด้วย

2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดองค์การหรือหน่วยงาน โดยการจัดแบ่งงานขององค์การหรือของหน่วยงานเป็นหน่วยงานย่อย พร้อมทั้งวัตถุประสงค์กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงาน ตลอดจนกำหนดงานควบคุม และบังคับบัญชาในลักษณะหน่วยงานหลัก หน่วยงานที่ปรึกษาและหน่วยงานช่วย พร้อมทั้งกำหนดช่วงการบังคับบัญชาไว้ด้วย ซึ่งตามปกติช่วงการบังคับบัญชาจะอยู่ระหว่าง 3-15 หน่วยงาน การจัดองค์การเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะถ้ามีการจัดองค์การที่ดีจะช่วยให้เกิดความราบรื่นในองค์การนั้น ในการจัดองค์การอาจแสดงไว้ในรูปของแผนภูมิองค์การเพื่อให้เกิดการสื่อสารความเข้าใจในองค์การเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบสายการบังคับบัญชาและการติดต่อ

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การดำเนินการบริหารงานบุคคลซึ่งเป็นกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาสู่หน่วยงาน มีการปฐมนิเทศและมอบหมายงานให้ทั้งบุคลากรใหม่และบุคลากรเก่า มีการพิจารณาเรื่องความดีความชอบและสวัสดิการ เนื่องจากคนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของกระบวนการบริหาร ผู้บริหารพึงเอาใจใส่ชีวิตความเป็นอยู่และความสุขความทุกข์ของผู้ร่วมงานดูแลผู้ร่วมงานของหน่วยงานให้อยู่ในสภาพที่จะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถมีการมอบหมายงานใหม่เหมาะสมกับบุคคลและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ร่วมงานโดยเสมอภาคกัน ในการบริหารงานบุคคลในปัจจุบันมีใช้อยู่ 2 ระบบ คือ

1.) ระบบคุณธรรม (Merit system) เป็นระบบบริหารงานบุคคลที่ใช้หลักเกณฑ์ 4 ประการ คือ

1.1 หลักความเสมอภาค เช่น ใช้สิทธิสมัครสอบได้ทุกคน

1.2 หลักความสามารถ เช่น ให้ผู้สอบได้คะแนนสูงกว่าได้รับการบรรจุก่อน

1.3 หลักความมั่นคง เช่น ให้ผู้ร่วมงานได้รับความคุ้มครองเมื่อได้ปฏิบัติหน้าที่

1.4 หลักความเป็นกลางทางการเมือง เช่น ห้ามข้าราชการฝักใฝ่ทางการเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่ เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งไม่พบเห็นแต่เพียงอย่างเดียว และต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.) ระบบอุปถัมภ์ (Patronage system) เป็นระบบบริหารงานบุคคลที่ตรงข้ามกับระบบคุณธรรมส่วนใหญ่จะใช้ระบบเครือญาติ หรือระบบพวกพ้อง

4. การอำนวยการ (Directing) เป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการบริหารและเป็นบทบาทที่สำคัญของนักบริหาร เพราะการสั่งการและคำสั่งของผู้บริหารจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมขององค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งอาจจะเป็นไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ก็ได้การสั่งการเป็นการตัดสินใจของผู้บริหาร ในการกำหนดให้ผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงาน หรือดำเนินการในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเป็นการตัดสินใจในการเลือกทางเดินขององค์การก็ได้ในการสั่งการนั้นผู้บริหารอาจสั่งการได้ 2 วิธี คือการสั่งการเป็นลายลักษณ์อักษรและการสั่งการด้วยวาจา ในการสั่งการนั้นมีข้อที่ควรคำนึงถึง คือ

- 1.) การสั่งการนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การเพียงใด
- 2.) ผู้บริหารมีข้อมูล ผลการวิจัยและความคิดของนักวิชาการประกอบการตัดสินใจสั่งการเพียงใด
- 3.) คำนึงถึงความสามารถของผู้รับคำสั่งด้วยหรือยัง
- 4.) ปัจจัยเกื้อกูลและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน
- 5.) เป็นคำสั่งที่ชัดเจน และเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้สั่งและผู้รับคำสั่งหรือไม่

5. การประสานงาน (Co-ordination) หมายถึง การประสานงานระหว่างหน่วยงานหรือตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์การเพื่อให้การดำเนินงานขององค์การหรือหน่วยงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การประสานงานนี้เป็นขั้นหนึ่งของกระบวนการบริหาร ซึ่งผู้บริหารจะต้องใช้เทคนิคในการส่งเสริม ชักจูง ตักเตือนและช่วยเหลือให้ทุกหน่วยงานขององค์การหน้าที่ขององค์การเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติตามกำหนดเวลาและสถานที่ตลอดจนผู้รับผิดชอบ ทำให้ผู้เกี่ยวข้องทราบว่าเป็นเวลาใด ใครทำอะไร ที่ไหนและทำอย่างไร เป็นการสะดวก ทุกฝ่ายในการติดต่อประสานงานเกี่ยวกับกระบวนการของการผลิตและผลผลิตต่อไป

1.) วิธีการประสานงานภายในองค์การ

1.1 จัดแผนผังแสดงสายงาน และกำหนดหน้าที่ของหน่วยงาน และตำแหน่งต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการปฏิบัติงาน ก้าวถ่าง และซ้ำซ้อนกัน เมื่อหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้งานขององค์การย่อมสอดคล้องกัน

1.2 จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และเข้าใจซึ่งกันและกัน

1.3 จัดให้มีคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์หรือกำหนดแนวปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจัดตั้งเป็นคณะกรรมการประจำและหรือคณะกรรมการเฉพาะกิจก็ได้

1.4 การใช้วิธีการงบประมาณ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมให้การปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงาน หรือแต่ละโครงการประสานงานกัน และบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือสงวนชื่อผู้พิมพ์หรือผู้เผยแพร่โดยไม่ผู้ใดที่เห็นชอบหรือยินยอมให้ทำซ้ำโดยไม่ผ่านการเห็นชอบจากผู้พิมพ์หรือผู้เผยแพร่ และต้องอ้างอิงถึงชื่อผู้พิมพ์หรือผู้เผยแพร่ทุกครั้ง

1.5 การติดตามผลเพื่อเป็นการติดตามผลงาน ความก้าวหน้าของงานและหาทางแก้ไขข้อบกพร่องและปัญหาต่าง ๆ

1.6 การใช้วิธีติดต่อออกแบบ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในสายงานที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยการติดต่อแบบไม่เป็นทางการและการใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพื่อช่วยให้ประสานงานเป็นไปด้วยดี

1.7 การใช้เจ้าหน้าที่ติดต่อเฉพาะ โดยการเลือกใช้บุคคลที่มีความเหมาะสมที่จะทำหน้าที่ประสานงานโดยเฉพาะ เช่น มีบุคลิกภาพดี มีความสุภาพอ่อนโยน และพูดจาน่าฟัง

1.8 จัดให้มีงานประชุมระหว่างสมาชิกในองค์การโดยมีการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ ประชุมสัมมนาเพื่อพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสานงานกันทางอ้อมด้วย

2.) วิธีประสานงานระหว่างองค์การ

2.1 การกำหนดสิทธิและหน้าที่ขององค์การเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ขององค์การจึงควรกำหนดสิทธิและหน้าที่ขององค์การให้ชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานซ้ำซ้อนและการขัดแย้งกัน

2.2 แต่งตั้งคณะกรรมการผสมเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การใช้งบประมาณเพื่อให้องค์การต่าง ๆ ปฏิบัติงานตามโครงการและงานที่ได้รับผิดชอบตลอดจนเพื่อป้องกันการปฏิบัติงานซ้ำซ้อน

6. การรายงาน (Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติ และการประชาสัมพันธ์ขององค์การในการบริหารนั้นผู้บริหารจะต้องดำเนินการตามกระบวนการบริหาร เริ่มจากการวางแผนการ จัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การสั่งการ การประสานงาน ต่อจากนั้นก็เป็นที่หน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องติดตามผลว่าการที่ได้สั่งการหรือมอบหมายให้แก่ผู้ร่วมงานนั้น ผลการปฏิบัติงานรุดหน้าหรือไม่เพียงใด มีอุปสรรคและข้อขัดข้องประการใด ผลการปฏิบัติงานสอดคล้องและบรรลุเป้าหมายขององค์การหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นการประเมินผลงานขององค์การและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานด้วยและจะได้เป็นข้อมูลในการรายงานผลการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชาและประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบด้วย

7. งบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การบริหารงบประมาณ ในการบริหารงานผู้บริหารมีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงบประมาณ มีภารกิจหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก ได้แก่ การจัดทางงบประมาณซึ่งเป็นการวางแผนล่วงหน้าในการขอเงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้างหรือค่าใช้จ่ายและขั้นตอนที่สอง ได้แก่ การดำเนินการใช้เงินเพื่อจัดซื้อหรือจัดจ้างตามงบประมาณที่ได้รับนั้น

ทฤษฎีการจัดการ(เริ่มยุคใหม่) ของดริคเกอร์ (Drucker, 2005) เสนอเป็นหลักการว่า กระบวนการจัดการประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดหน้าที่การทำงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยกำหนดว่าจะดำเนินการอย่างไรและดำเนินการเมื่อไร เพื่อให้ความสำเร็จตามแผนที่วางไว้ การวางแผนต้องควบคุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการมอบหมายงานให้บุคคลในแผนกหรือฝ่ายได้ปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้ เมื่อแผนกหรือฝ่ายประสบความสำเร็จก็จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จไปด้วยดี

3. การเป็นผู้นำ (Leading) เป็นการจูงใจ การชักนำการกระตุ้นและชี้ทิศทางให้ดำเนินไปสู่เป้าหมาย โดยการเพิ่มผลผลิตและเน้นมนุษยสัมพันธ์ทำให้เกิดระดับผลผลิตในระยะยาวที่สูงกว่าภาวะงานเพราะคนมักไม่ค่อยชอบภาวะงาน

4. การควบคุม (Controlling) เป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้และทำการตัดสินใจไปตามเกณฑ์หรือไม่ ดาร์ฟ (Dalf, 2006 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550) กล่าวถึง กิจกรรมหลักทางการจัดการแบ่งออกเป็นกระบวนการซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการคือ

1) การวางแผน (Planning) ประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตของธุรกิจ ตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตลอดจนกำหนดวิธีการเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

2) การจัดองค์การ (Organizing) ประกอบด้วย การจัดงานบุคคล แบ่งแผนงานและจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับแผนงาน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการตามแผนให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด การวางแผนและการจัดการองค์การนี้จัดได้ว่าอยู่ในส่วนของการคิด ซึ่งเป็นนามธรรมเพื่อให้ส่วนการคิดนี้ไปสู่การกระทำที่สำเร็จเป็นรูปธรรมจะต้องอาศัยสมาชิกในองค์กร ซึ่งหมายถึงตนเองและผู้อื่นร่วมกันทำงานและเพื่อให้สมาชิกสามารถทำงานได้ตามความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่และบรรลุวัตถุประสงค์ จะต้องอาศัยกิจกรรมในลำดับต่อไปนี้เรียกว่า การชี้นำ

3) การชี้นำ (Leading) ประกอบด้วยเนื้อหา 2 เรื่องสำคัญ คือภาวะผู้นำ (Leadership) ซึ่งเกี่ยวกับการพัฒนาตัวผู้บริหารเองและการจูงใจ (Motivation) ซึ่งเกี่ยวกับการชักจูงหรือการกระตุ้นให้ผู้อื่นทำงานได้เต็มที่ตามความรู้ความสามารถ

4) การควบคุมองค์การ (Controlling) เป็นการควบคุมองค์การให้การดำเนินงานต่าง ๆ ภายในองค์กรเป็นไปตามแผนงาน ความคาดหวังหรือมาตรฐานที่กำหนด

2.1.2 หน้าที่ในการจัดการ (The Function of Management)

นักวิชาและนักบริหารได้มีการวิเคราะห์ว่า การจัดการเป็นความรู้ที่มีประโยชน์ ดังนั้นจึงได้จัดการศึกษาหน้าที่ของการจัดการโดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ คือ 1.การวางแผน (Planning) 2.การจัดองค์การ (Organization) 3. การจัดหาคนเข้าทำงาน (Staffing) 4.ภาวะผู้นำ (Leading) 5.การควบคุม (Controlling) ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

5.การควบคุม (Controlling) สำหรับ Luther Gulick และ Lyndall Urwick ได้กำหนดหน้าที่ของผู้บริหารในการจัดการไว้ 7 ประการด้วยกันคือ

- P = Planning การวางแผน
- O = Organizing การจัดองค์การ
- S = Staffing การจัดการคนเข้าทำงาน
- D = Directing การอำนวยการ
- CO = Co-ordinating การประสานงาน
- R = Reporting การรายงาน
- B = Budgetingงบประมาณ

หน้าที่ของการจัดการและทักษะในแต่ละระดับขององค์การ

ผู้บริหารคือบุคคลที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การเพื่อให้ดำเนินไปสู่วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ผู้บริหารขององค์การจะสามารถจัดการตามกระบวนการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่ความสามารถทางการจัดการ 3 ชนิดคือ

1. ความสามารถด้านความคิด (Conceptual Skill) เป็นความสามารถในการมองภาพรวมทั่วทั้งองค์การและความสามารถที่จะรวบรวมเอากิจกรรมและสถานะการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในองค์การ
2. ความสามารถด้านคน (Human Skill) ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นการทำงานนี้เป็นทีม การสร้างบรรยากาศในการทำงาน และการยอมรับความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน
3. ความสามารถด้านงาน (เทคนิค) (Technical Skill) มีความรู้ ความชำนาญ กระบวนการวิธีการขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงาน และความสามารถในการประยุกต์ให้งานประสบความสำเร็จได้ดี

2.1.3 ทักษะในการบริหารการจัดการ

ทรัพยากรหรือปัจจัยที่บริหารต้องให้ความสนใจ เพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์การประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ

- คน (Man) คือทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจขององค์การซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ
- เงิน (Money) คือปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การดำเนินการต่อไปได้
- วัสดุ (Materials) คือวัตถุดิบซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น จำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนที่ต่ำเพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต
- เครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีศักยภาพที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิต เช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความมีประสิทธิภาพทางการจัดการ (Managerial Effectiveness) การใช้ทรัพยากรของผู้บริหารต้องคำนึงถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความมีประสิทธิภาพทางการจัดการคือการใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ระดับของความมีประสิทธิภาพในการจัดการขององค์กร หมายถึงความมีประสิทธิภาพในการจัดการของผู้บริหาร

ความมีประสิทธิภาพทางการจัดการ (Managerial Efficiency) หมายถึงสัดส่วนของทรัพยากรทั้งหมดขององค์กรที่สนับสนุนผลผลิตระหว่างกระบวนการผลิต ถ้ามีสัดส่วนสูงหมายความว่าประสิทธิภาพของผู้จัดการในการใช้ทรัพยากรมีมาก ทรัพยากรขององค์กรไม่ได้หมายถึง เพียงแต่วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่รวมถึงความพยายามของบุคคลในองค์กรด้วย

2.1.4 ทักษะทางการจัดการ (Management Skills)

คาร์ซ กล่าวว่าการสำเร็จของการจัดการขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติงานมากกว่าคุณลักษณะทางบุคลิกภาพความสามารถของผู้บริหารในการปฏิบัติงานคือผลลัพธ์ที่มาจากทักษะทางการจัดการ ผู้บริหารมีทักษะทางการจัดการที่สำคัญจะปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและมีโอกาสประสบความสำเร็จได้สูง

ทักษะ 3 ประการที่สำคัญต่อการจัดการที่ประสบความสำเร็จ (คาร์ซ อ้างถึงใน ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2558 : 10-11) ได้แก่

1. ทักษะทางด้านเทคนิค (Technical skills) เกี่ยวข้องกับความรู้และความชำนาญเฉพาะทางในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคและกระบวนการบุคคลที่ต้องใช้ทักษะในด้านนี้มาก ก็เช่น วิศวกร นักคอมพิวเตอร์นักบัญชี เป็นต้นทักษะนี้มีความสัมพันธ์เป็นอย่างมากกับการทำงานที่เกี่ยวข้องกับกลไก

2. ทักษะทางด้านมนุษย์ (Human skills) เป็นทักษะที่สร้างความร่วมมือกับทีม ทักษะนี้เกี่ยวข้องกับความเข้าใจบุคคลอื่น และสามารถร่วมกับบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี

3. ทักษะทางด้านแนวคิด (Conceptual skills) เกี่ยวข้องกับความเข้าใจความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจในแต่ละด้านมีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างไรและมองเห็นภาพรวมขององค์กรได้ กิจกรรมที่ต้องใช้ทักษะทางด้านนี้ ได้แก่ การตัดสินใจการวางแผน และการจัดองค์กร

นอกเหนือจากทักษะทั้ง 3 ด้านนี้ ในปัจจุบัน ทักษะทางการวินิจฉัย (Diagnostic skills) ได้เข้ามามีความสำคัญต่อผู้บริหาร เพราะผู้บริหารประสบความสำเร็จจำนวนมากได้นำเอาทักษะทางด้านนี้มาใช้ในองค์กรทักษะทางด้านวินิจฉัยช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจความสัมพันธ์ของสาเหตุและผลกระทบ (cause-and-effect) ได้ดีมากยิ่งขึ้นและจดจำได้ถึงแนวทางในการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

ความต้องการทักษะในแต่ละด้านของผู้บริหารควรมีน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับของการจัดการหรือการบริหารเป็นสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า การจัดการคือกระบวนการที่จะทำให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร โดยนำทรัพยากรบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร คือการวางแผน(Planning) การจัดองค์การ(Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Control)

2.2 ธุรกิจออนไลน์

2.2.1 ความหมาย

ธุรกิจออนไลน์ คือ การดำเนินกิจการบนพื้นฐานอาชีพ ที่จะทำให้เกิดรายได้ผ่าน Social Network หากจะว่ากันตามกฎหมายที่ให้นิยามคำว่า “ธุรกิจ” ก็หมายรวมกิจการอาชีพเหล่านั้นว่า ไม่ว่าจะเป็น “กิจการในทางเกษตรกรรมอุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นเป็นการค้าล้วนอยู่ในกลุ่มนิยาม “ธุรกิจออนไลน์” ทั้งสิ้น แต่ถ้าเป็นความหมายที่เข้าใจกันง่าย ๆ ก็คือ การประกอบอาชีพ ค้าขาย เพื่อก่อให้เกิดกำไรเป็นรายได้แบบอาชีพประจำ

การทำธุรกิจออนไลน์ คือ การขายสินค้า / บริการบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่ลงทุนเสียเงินทำเองหรือขายบนเว็บฟรี เช่น Facebook , Line , Instagram หรือการนำสินค้าไปฝากขายกับแอปพลิเคชัน ตลาดออนไลน์ต่าง ๆ ไม่ได้เป็นเพียง Trend หรือกระแสเท่านั้น แต่กลับเป็นการหารายได้ที่สามารถหาเลี้ยงครอบครัวได้เลย

E-Commerce หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงาน จึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาลงได้

2.2.2 ข้อดีและข้อเสีย

ข้อดี

1. ทำการค้าออนไลน์มีความอิสระ ไร้พรมแดน มากกว่าธุรกิจประเภทอื่น ๆ
2. ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าของเราได้ทุกที่
3. มีต้นทุนในการเปิดเว็บไซต์เพื่อขายสินค้าต่ำ
4. ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน หรือเช่าพื้นที่ขาย ก็สามารถขายของได้
5. มีความสะดวกสบาย
6. เพิ่มโอกาสทางการตลาด
7. ไม่จำเป็นต้องมีพนักงานก็สามารถขายได้
8. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
9. ลูกค้าสามารถออร์บสินค้าที่หน้าบ้านได้เลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. สามารถวัดผล เก็บสถิติ และวิเคราะห์การขายได้
11. สามารถติดต่อสื่อสาร พูดคุย ให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม
12. การชำระเงินมีความสะดวก สบาย และทันสมัยโดยผ่านระบบออนไลน์ บัตรเครดิต
13. ดูแลจัดการง่าย
14. สามารถทำคนเดียวได้แบบสบาย ๆ
15. ลดความเสี่ยง ต่อการถูกโจรกรรม และจากภัยธรรมชาติ
16. ไม่จำเป็นต้องมีสต็อกสินค้า
17. สามารถขายสินค้าได้ทุกแบบ ทุกอย่าง ทุกชนิด (เดี๋ยวนี้มีการสั่งอาหารออนไลน์เกิดขึ้นแล้ว)
18. สามารถรองรับลูกค้าได้ทั่วทุกมุมโลก (คนทุกกลุ่มวัยสามารถเข้าถึงสินค้า)
19. มีการสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชนกันมากขึ้น

ข้อเสีย

1. มีการแข่งขันสูง ใคร ๆ ก็สามารถทำได้เพราะมันง่าย เราทำ เขาก็ทำ
2. พ่อค้าแม่ขายไม่มีมาตรฐานการกำหนดราคา จึงมีการตัดราคากันเกิดขึ้น
3. ลูกค้าบางท่านยังไม่เชื่อมั่นกล้าที่จะตัดสินใจซื้อ
4. สินค้าไม่สามารถจับต้องได้ จนกว่าจะถูกส่งถึงมือลูกค้า
5. ไม่มีความชัดเจนของมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
6. ถ้าไม่มีความรู้เกี่ยวกับการดูเว็บไซต์ที่ตีพอลเสี่ยงต่อการติดไวรัส และอาจถูกเจาะระบบได้
7. เรื่องของเวลาในการจัดส่งสินค้า อย่างเร็วส่งแบบ EMS ใช้ส่งสินค้าไม่เกิน 3 วัน

2.2.3 องค์ประกอบ

1. มีกิจการปรากฏในโซเชียลเน็ตเวิร์ค ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ส่วนตัว หรือชุมชนออนไลน์อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก เพจ อินสตาแกรม หรือบล็อกอื่น ๆ ที่ให้บริการฟรี ในโลกออนไลน์
2. มีการดำเนินกิจการ ไม่ว่าจะเป็นซื้อมาขายไป การรับจ้างบริการ การผลิต หรืออื่น ๆ ที่มีการใช้เงินเป็นของแลกเปลี่ยน โดยที่ไม่ได้สัมผัสสินค้าหรือเห็นสินค้าจริง ๆ อาจเห็นผ่านรูปถ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว
3. มีการติดต่อสื่อสารผ่านออนไลน์ การแชท การโทรศัพท์ หรืออื่น ๆ ที่ไม่ได้มีการพบปะกันตรง ๆ
4. มีตัวกลาง หรือ คนกลางที่ทำให้ธุรกิจการติดต่อซื้อขายบรรลุผลสำเร็จ เช่น กิจการไปรษณีย์ หรือธุรกิจขนส่งอื่น ๆ มาเกี่ยวข้อง
5. มีการชำระเงินผ่านช่องทางอื่น ๆ อาจเป็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านการโอนผ่านธนาคาร

เอกสารนี้เป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้น ไม่ใช่ว่าการส่งเงินถึงมือโดยตรงศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 ประเภทของธุรกิจออนไลน์

ปัจจุบันนี้ ธุรกิจออนไลน์ขยายตลาดกว้างขวาง ทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการสามารถทำเป็นธุรกิจออนไลน์ได้ทั้งสิ้น ธุรกิจออนไลน์จึงครอบคลุมเรื่องต่อไปนี้

1. ธุรกิจซื้อมาขายไป นับเป็นธุรกิจที่สามารถเปิดเป็นธุรกิจออนไลน์ได้ง่าย ๆ เพราะมีแหล่งสินค้าขายส่ง โดยที่เจ้าของธุรกิจรับหน้าที่ไปซื้อมาบริการลูกค้ารายย่อย
2. ธุรกิจที่มีการผลิตสินค้า ไม่ว่าจะจะเป็นสินค้าอุปโภคหรือบริโภค สามารถเปิดเป็นธุรกิจออนไลน์ได้ทั้งสิ้น ปัจจุบันนี้แม้แต่เรื่องอาหาร ขนม ที่เป็นของสดก็สามารถผลิตและจำหน่ายออนไลน์ได้
3. ธุรกิจที่เป็นลักษณะตัวแทนจำหน่ายการร่วมดำเนินธุรกิจโดยรับสินค้ามาจากผู้ผลิตรายอื่น สามารถเป็นเจ้าของธุรกิจได้คล้าย ๆ กับการรับสินค้ามาขายเช่นกัน
4. ธุรกิจล่วงหน้า เป็นเหมือนธุรกิจบริการช่วยซื้อสินค้าให้คนอื่นตามความต้องการ

2.2.5 ตลาดเป้าหมายและแนวโน้มการขายออนไลน์

1. ความหมายของการตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมาย คือ กลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มคนที่คุณต้องการจะสื่อสารหรือขายสินค้ากับพวกเขา กล่าวอีกนัยหนึ่ง พวกเขาอาจจะเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าหรือเป็นลูกค้าในปัจจุบันของคุณอยู่แล้ว

กลุ่มเป้าหมาย จะมีลักษณะร่วมบางอย่างที่คล้ายคลึงกันในด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านก็ได้เช่น มีคุณสมบัติบางอย่างที่คล้ายกัน อยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง หรือมีพฤติกรรมบางอย่างในทำนองเดียวกัน เป็นต้น

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ การคัดเลือกรายชื่อหรือกลุ่มคนที่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการของกิจการ

กลุ่มเป้าหมายหนึ่ง ๆ จะมีลักษณะความสนใจ ความปรารถนาและพฤติกรรมที่แตกต่างจากตลาดผู้บริโภคทั่วไป

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดว่า ใครซื้ออะไร ที่ไหน เหล่านี้อย่างไร และทำไม ข้อมูล คำตอบ เหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นในการตลาด เพื่อการบริหารทรัพยากรองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพหรือให้ผลคุ้มค่ามากที่สุด

ข้อมูลลูกค้าเป้าหมาย

1. ลักษณะของข้อมูลลูกค้า

ลักษณะของข้อมูลลูกค้า (Customer Profile) ประกอบด้วย คุณลักษณะ/ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ พื้นที่/ข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์ และข้อมูลเชิงจิตวิทยา ซึ่งทั้ง 3 ประเภทคือข้อมูลที่บอกถึงตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมายหนึ่ง ๆ ว่ามีลักษณะอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. พื้นที่/ข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์

3. ข้อมูลเชิงจิตวิทยา

2. การกำหนดลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้เจาะจงมากเพียงใด โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะตอบสนองต่อแคมเปญการตลาดทางตรงของกิจการก็จะมากขึ้นเท่านั้น

การกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย สามารถทำได้โดยการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้น มากำหนดเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น

- มีบ้านหรือที่พักอาศัยเป็นของตนเอง
- สมรสแล้ว
- จำนวนบุตรตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

3. แหล่งที่มาของรายชื่อประเภทต่าง ๆ

นักการตลาดทางตรงได้แบ่งรายชื่อกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามแหล่งที่มาของรายชื่อ เพื่อประโยชน์ในการใช้งานเป็นหลัก ทั้งนี้ การแบ่งรายชื่อบางประเภทจะมีความคล้ายคลึงกันในกลุ่ม ดังนี้

- รายชื่อภายใน
- รายชื่อสมาชิก
- รายชื่ออีเมล
- รายชื่ออื่น ๆ

2.2.6 วัตถุประสงค์ของการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย
2. เพื่อการสร้างประชาสัมพันธ์
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ถาวรกับลูกค้าเป้าหมาย
4. เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่

2.2.7 แนวโน้มการขายออนไลน์ในประเทศไทย

ปัจจุบันการขายออนไลน์ในประเทศไทย กำลังจะเริ่มต้นและบุคคลทั่วไปให้ความสนใจกันเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นว่ามียักษ์หลายอย่าง que เข้ามาทำให้วงการ E-Commerce ของประเทศไทย เติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยลูกค้าซื้อของออนไลน์ได้ด้วยวิธีง่าย ๆ ดังนั้น มีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มการขายออนไลน์ของประเทศไทยมีดังนี้

1. ระบบชำระเงินออนไลน์ที่สะดวก
2. เว็บไซต์สามารถสร้างได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากท่านใดนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น กรุณาแจ้งผู้จัดทำเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สินค้าขายออนไลน์มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการลดราคา
4. รูปแบบร่วมกันซื้อแล้วลด การค้าผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซ

5. การเข้าสู่โลกออนไลน์ของห้างออฟไลน์

สรุปได้ว่าการทำธุรกิจออนไลน์ไม่ใช่เรื่องที่ยุ้งยาก ให้ทั้งความสะดวกสบาย ทำได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง การทำธุรกิจออนไลน์จึงได้รับความนิยมและนำมาสร้างงานสร้างรายได้ ได้เกือบทุกประเภทรวมถึงสินค้าทั่วไปที่เปิดขายอยู่ตามตลาดนัด ก็ยังต้องสร้างเพจสร้างเว็บไซต์เพื่อนำสินค้าเหล่านั้นมาเปิดขายผ่านสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งช่องทาง

2.3 ธุรกิจอาหารไทย

2.3.1 ความหมาย

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เป็นทั้งการขายสินค้าและบริการไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเภทธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงผู้มีเงินมักชอบลงทุนเป็นธุรกิจที่เปิดได้ง่ายแต่อยู่รอดยาก โดยเฉพาะในภาวะที่เศรษฐกิจมีต้นทุนวัตถุดิบด้านอาหารโดยตรงสูงขึ้น ซึ่งหากต้องเริ่มต้นในธุรกิจร้านอาหารผู้ประกอบการต้องศึกษาข้อมูลเรียนรู้กลยุทธ์ต่าง ๆ ก่อนเปิดกิจการ ในส่วนของเงินลงทุนขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการ โดยส่วนใหญ่จะเริ่มจากกิจการขนาดเล็กก่อนเพื่อหาประสบการณ์แล้วค่อยขยายกิจการใหญ่ขึ้นตามลำดับ

2.3.2 ประเภทร้านอาหาร

กระทรวงพาณิชย์ แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการออกแบบตกแต่งเป็นหลัก ได้แก่ (วนิดา สิงห์จาวลาม,2561)

1. ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งอย่างประณีตสวยงาม ใช้วัสดุและอุปกรณ์ราคาแพง จัดอาหารอย่างหรู มีการบริการระดับ 5 ดาว
2. ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอสสมควร เน้นบรรยากาศแบบสบาย ๆ เป็นกันเอง ราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการแบบเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง
3. ร้านอาหารทั่วไป (Fast Dining) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และสามารถหมุนเวียนลูกค้าได้ในปริมาณมาก
4. ร้านริมบาทวิถี (Kiosk) เป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งแบบง่าย ๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของร้านเป็นพ่อครัวเอง

กระทรวงสาธารณสุข จำแนกประเภทร้านอาหาร เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ 2. ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป ที่รับประทานอยู่ภายในไม่ว่าการบริการ พนักงานแต่งกาย มีแบบฟอร์ม นี้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่อยู่นอกอาคาร บรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายมีเครื่องแบบ
4. ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ภายในอาคารส่วนใหญ่ เป็นอาหารประจำท้องถิ่น หรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ส้มตำ ฯลฯ
5. ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวานหรือไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวานหรือไอศกรีม เท่านั้น

2.4 ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

2.4.1 ความเป็นมา

ชุมพร มีชื่อปรากฏมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 1098 มีฐานะเป็นเมืองสิบสองนักษัตรของราชอาณาจักรนครศรีธรรมราช ใช้รูปแพะเป็นตราเมือง และเป็นเมืองหน้าด่านฝ่ายเหนือ เพราะอยู่ตอนบนของภาคใต้

คำว่า ชุมพร มีผู้สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากคำว่า “ชุมนุมพล” เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่าน การเดินทางไม่ว่าจะมาจากฝ่ายเหนือหรือว่าฝ่ายใต้ ล้วนเข้ามาตั้งค่ายชุมนุมพลกันที่นี้ จึงเรียกจุดนี้ว่า “ชุมนุมพล” ต่อมาเพี้ยนเป็น ชุมพร อีกประการหนึ่ง ในการเดินทางไปทำศึกสงครามของแม่ทัพนายกองตั้งแต่สมัยโบราณมา เมื่อจะเคลื่อนพลจะต้องทำพิธีส่งทัพโดยการบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอให้ได้รับชัยชนะในการสู้รบ เป็นการบำรุงขวัญทหารในสถานที่ชุมนุม เพื่อรับพรเช่นนี้ ตรงกับความหมายชุมนุมพรหรือประชุมพร ซึ่งทั้งสองคำนี้อาจเป็นต้นเหตุของคำว่า “ชุมนุมพร” เช่นเดียวกัน แต่อีกทางหนึ่งสันนิษฐานว่า น่าจะได้มาจากชื่อพันธุ์ไม้ธรรมชาติในท้องถิ่น ได้แก่ ต้นมะเดื่อชุมพร เพราะที่ตั้งของเมืองชุมพรนั้นอยู่บนฝั่งแม่น้ำท่าตะเภา มีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย ต้นมะเดื่อชุมพรจึงเป็นสัญลักษณ์ส่วนหนึ่งของตราประจำจังหวัดชุมพร

2.4.2 ข้อมูลพื้นฐาน

จังหวัดชุมพร ตั้งอยู่ตอนบนสุดของภาคใต้ มีพื้นที่ทางเหนือติดต่อกับอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางตะวันออกติดชายฝั่งอ่าวไทย ด้านใต้ติดกับอำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และทางตะวันตกติดต่อกับอำเภอกระบุรี จังหวัดระนอง และส่วนหนึ่งติดกับประเทศพม่าห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางรถยนต์ ประมาณ 498 กิโลเมตร และเส้นทางรถไฟสายใต้ ประมาณ 476 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 3.75 ล้านไร่ หรือ 6,010.849 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคใต้

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดชุมพรแบ่งออกเป็นพื้นที่ราบตอนกลาง พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล และพื้นที่ทางทิศตะวันตกเป็นที่สูงและภูเขา ทิวเขาที่สำคัญคือ ทิวเขาตะนาวศรีซึ่งเป็นพรมแดนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาทางธรรมชาติระหว่างประเทศไทยกับประเทศเมียนมาร์ ถัดจากแนวที่สูงมาทางด้านตะวันออกเป็นที่ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราบ ตอนกลางซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่นและที่ราบลุ่ม เป็นเขตเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัด สำหรับพื้นที่ทางตะวันออกเป็นที่ราบชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 222 กิโลเมตร

สภาพพื้นที่ทั่วไปมีภูเขาสูง มีแม่น้ำสำคัญหลายสาย เช่น แม่น้ำท่าตะเภา ในอำเภอเมืองชุมพร มีความยาว 33 กิโลเมตร แม่น้ำสวี ในอำเภอสวี มีความยาว 50 กิโลเมตร และ แม่น้ำหลังสวน ในอำเภอหลังสวน มีความยาว 100 กิโลเมตร แม่น้ำทุกสายไหลลงสู่อ่าวไทย และในทะเลนอกฝั่งของจังหวัดชุมพร มีเกาะน้อยใหญ่เกือบ 50 เกาะ

การปกครองส่วนภูมิภาคแบ่งออกเป็นระดับอำเภอ จำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ ประกอบด้วย 8 อำเภอ คือ อำเภอเมือง ท่าแซะ ปะทิว หลังสวน สวี หุ่นตะโก ละแม และพะโต๊ะ

สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ได้แก่

- ดอกไม้ประจำจังหวัด: ดอกพุทธรักษา (Canna indica)
- ต้นไม้ประจำจังหวัด: มะเดื่ออุทุมพร (Ficus racemose)
- คำขวัญประจำจังหวัด: ประตูกาเคใต้ ไหว้เสด็จในกรม ชมไร่กาแฟ แลหาดทรายรี ดิกล้วยเล็บมือ ขึ้นชื่อรังนก
- อักษรย่อ: ชพ

2.4.3 ข้อมูลร้านอาหาร

ตารางที่ 2.1 แสดงชื่อร้านค้า ประเภทอาหาร และที่อยู่ของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| ร้านที่ | ชื่อร้านค้า | ประเภทอาหาร | ที่อยู่ |
|---------|----------------------------|-----------------|--|
| 1 | ร้านยายปวด | ร้านอาหารทั่วไป | ตำบล บางหมาก อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 2 | ร้านอาหารเยลโล่ การ์เด็น | ร้านอาหารทั่วไป | 46/5 หมู่ 10 ถนน อุทุมพร นาทุ่ง เมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 3 | ร้านอาหารธนิสา | ร้านอาหารทั่วไป | 87 หมู่ 10, ตำบล นาทุ่ง เมือง, ชุมพร 86000 |
| 4 | ร้านธรรมดา Café and Eatery | ร้านอาหารทั่วไป | 351/31 ชั้น 2 ถนนสุขเสมอ ท่าตะเภา เทศบาลเมืองชุมพร 86000 |
| 5 | ร้านเยลโล่ สโตน | ร้านอาหารทั่วไป | ถ.พิศิษฐ์พยาบาล ชุมพร (อยู่ตรงข้าม กับโรงพยาบาลชุมพร |
| 6 | ครัวคุณจักร | ร้านอาหารทั่วไป | ตำบล นาทุ่ง อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 7 | ครัวผักสด | ร้านอาหารทั่วไป | 110, 32 ซอย สุขเสมอ 9 ตำบล ท่า ตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหานี้และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) แสดงชื่อร้านค้า ประเภทอาหาร และที่อยู่ของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| ร้านที่ | ชื่อร้านค้า | ประเภทอาหาร | ที่อยู่ |
|---------|--|---------------------|--|
| 8 | ครัวหนึ่งลุงชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป | 231 หมู่ 8 ตำบล วังใหม่ อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86190 |
| 9 | Zaap Classic โลตัสชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป | Tesco Lotus ชุมพร 176 หมู่ที่ 3 ถนนชุมพรตัดใหม่ ชุมพร |
| 10 | ร้าน River Terrace | ร้านอาหารทั่วไป | ตำบล บางลึก อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 11 | ครัวสองพี่น้อง ชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป | 197/1 ถนน ซอย ทวีสินค้า ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 12 | ครัวคิดเช่นต๋อย | ร้านอาหารทั่วไป | ที่อยู่: ถนนเฉลิมพระเกียรติ 86000 |
| 13 | Field Good Food & Drink ร้านอาหารชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป | 99/5 ม.1 ต.บางหมาก อ.เมืองเทศบาลเมืองชุมพร 86000 |
| 14 | กวงเฮง ข้าวแกงปักษ์ใต้ | ร้านอาหารทั่วไป | 198, 200 ศาลาแดง ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 15 | ข้าวราดแกงเจ็ดคุ้ม | ร้านอาหารริมบาทวิถี | สุขเสมอซอย9 ชุมพร (เยื้องโรงแรมนานาชาติ) |
| 16 | ผัดไทยชายน้อย | ร้านอาหารริมบาทวิถี | 23/4 ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 17 | ร้านแม่แดงผัดไทย-ทอดหอด | ร้านอาหารริมบาทวิถี | ถนนกรมหลวงชุมพร (ถนนกรมหลวงชุมพรเยื้องร้านแว่นบิวตี้ฟูล) |
| 18 | ผัดไทยไข่มุกฟูยัยอี่ | ร้านอาหารริมบาทวิถี | ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000 |
| 19 | ย่าปุม้าชุมพร | ร้านอาหารริมบาทวิถี | เลขที่ 19/21 กรมหลวงชุมพร ตำบลท่าตะเภา เมือง, ชุมพร 86000 |
| 20 | น้องบิวเมียงปลาเผาทะเลสด | ร้านอาหารริมบาทวิถี | น้องบิวเมียงปลาเผา ถ.กรมหลวงชุมพร เทศบาลเมืองชุมพร 86000 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.1 ร้านยายปวด ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.2 ร้านยายปวด
ที่มา : คลับอร่อย



ภาพที่ 2.3 แกงส้มปลาฝักรวม



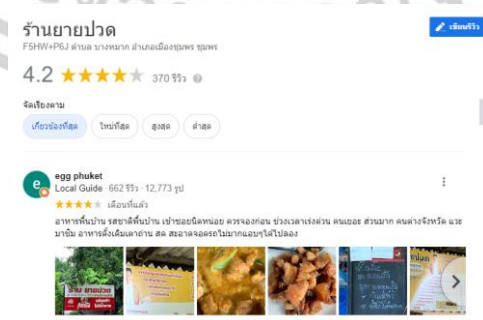
ภาพที่ 2.4 ปลาหมึกงามทอดเกลือ



ภาพที่ 2.5 ปลาเค็มทอดกะทิ



ภาพที่ 2.6 ผัดผักกูดน้ำมันหอย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปดเปลี่ยนแปลงเนื้อหาใดๆ ของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.7 รีวิว ร้านยายปวด

ข้อมูล : ร้านยายปวด ชุมพร บรรยากาศไม่ได้ว้าว หรือน่าสนใจอะไรมากมายนัก ด้วยความธรรมดาสุด ๆ เป็นร้านอาหารตามสั่งที่เปิดหน้าบ้านของตัวเอง มีโต๊ะธรรมดา ๆ รอบ ๆ เต็มไปด้วยความร่มรื่นของต้นไม้ แต่ที่เราประทับใจไม่ใช่สถานที่หรือบรรยากาศใด ๆ แต่อยู่ตรงรสชาติที่อร่อย เข้มข้นถึงเครื่องทุกคำ บอกเลยว่าอร่อยสุด ๆ เรียกได้ว่ามาถึงใต้ได้อย่างแท้จริงแล้วเมื่อได้มาร้านยายปวด เป็นร้านดังที่ติดอันดับในชุมพร เป็นที่รู้จักของชาวชุมพร โดยรสชาติฝีมืออาหารใต้ของไทย ๆ และจัดส่งอาหารของเค้าจะใส่ถุงแล้วแพ็คกล่องกระดาษ มากับรถเย็นของ SCG

ที่ตั้ง : 74 ม.1 ต.บางหมาก อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 07757 4253

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 10.30 -17.00 น. (หยุดทุกวันที่ 16 ของเดือน)

การเดินทาง : จากแยกปฐมพร (ถนนหลวงสาย 4) เลี้ยวเข้าจังหวัดชุมพร เข้าไป 10 กิโลเมตร (ถนนหลวง 327) ผ่านตัวเมือง วิ่งออกไปถนนหลวง 4001 เลี้ยวเข้าซอยวัดบางหมาก (กลับรถ) เส้นทางถนนชุมพร-ปากน้ำ (ถนนหลวงหมายเลข 4001) เลี้ยวเข้าซอยวัดบางหมาก เข้าไปในซอย 600 เมตร จะพบร้านอาหารยายปวด

เมนูแนะนำ : ปลาเค็มทอดกะทิ / แกงส้มปลาฝักรวม / ปลาโหมงามทอดเกลือ / ผัดผักกูดน้ำมันหอย

2.4.3.2 ร้านเฮลโล่การ์เด็น ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.8 ร้านเฮลโล่การ์เด็น

ที่มา : Wongnai



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น **ภาพที่ 2.9 เป็ดร่อน** **ภาพที่ 2.10 หมึกใช้นึ่งมะนาว**



ภาพที่ 2.11 กุ้งอบวุ้นเส้น

ภาพที่ 2.12 รีวิวอาหารเยลโล่ การ์เด็น

ข้อมูล : ร้านอาหาร เยลโล่การ์ เป็นกรขยายสาขาจากร้าน Yellow Stone เน้นการตกแต่งด้วยบรรยากาศอันแสนจะอบอุ่น ด้านหน้าเป็นสนามหญ้าเขียว ๆ ด้านนอกตกแต่งเป็นสวนหย่อมเล็ก ๆ ไว้เป็นมุมถ่ายภาพสำหรับผู้มาเยือน เมื่อเข้าไปด้านในร้านจะพบกับโต๊ะเก้าอี้ที่จัดวางไว้อย่างสวยงาม เน้นความโปร่งสบาย ผับังสีครีมตัดกับโต๊ะเก้าอี้สีเข้ม ส่วนด้านนอกเป็นอาคารหลังคาทรงสูง โต๊ะเก้าอี้สีขาว และด้วยพื้นที่อันกว้างขวาง ทำให้ร้านนี้เหมาะกับการทานอาหารกับครอบครัว เมนูความอร่อยของร้านนี้เริ่มต้นที่กุ้งสวรรค์เยลโล่ เป็นการนำกุ้งตัวโต ๆ มาหนึ่ง จากนั้นหันเห็ดหอม พริกแดง เป็นชิ้นเล็ก ๆ วางมาบนตัวกุ้ง จากนั้นราดด้วยเนื้อปูน้ำแดง จากนั้นจะรสชาติกลมกล่อม อีกเมนูที่อยากจะแนะนำคือยำเมลโล่ ที่เหมือนยกเมนูซีฟู้ดมารวมกันไว้ในจานเดียว และถ้ามาร้านนี้แล้วไม่สั่งเมนูเป็ดร่อนแล้วละก็ เหมือนมาไม่ถึง ทางร้าน เมนูนี้ทางร้านนำเป็ดไปตุ๋นจนได้ที่แล้วนำไปทอดแบบแห้ง ๆ วางมาบนใบคะน้าทอดกรอบ ทานคู่กับซีอิ๊วหวานและน้ำจิ้มแบบหวาน ๆ เมนูนี้ทานกันได้ทั้งครอบครัวและทางร้านอาหารของร้านมีแบบจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบเมืองสามารถสั่งได้ทาง Food panda และ Line Man

ที่ตั้ง : กรมหลวงชุมพร 16 ชุมพร (ถนนอนุทุมพร ตำบลนาทุ่ง เมือง ชุมพร ติดกับดิโอโซนรีสอร์ท)

โทรศัพท์ : 077642599, 0867859151, 0954192483

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 11:00 - 21:00 น.

การเดินทาง : ร้านอาหาร เยลโล่การ์เด็น อยู่ในซอยกรมหลวงชุมพร 16 ตรงข้ามทางเข้าธานีสา

เมนูแนะนำ : เป็ดร่อน, หมักไข่นึ่งมะนาว, กุ้งอบวุ้นเส้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.3 ครั้วธนิสา ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.13 ครั้วธนิสา

ที่มา : Facebook ครั้วธนิสา



ภาพที่ 2.14 ข้าวคลุกกะปิ



ภาพที่ 2.15 ข้าวผัดน้ำพริกปลาทุ



ภาพที่ 2.16 แกงคั่วหอยขม



ภาพที่ 17 ข้าวผัดแกงเขียวหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.0

5 จาก 5 คะแนน ⓘ
จากความคิดเห็นของผู้คน 2 คน

ภาพที่ 18 รีวิว ร้านครัวธนิสา

ข้อมูล : ครัวธนิสา ให้บริการอาหารไทย โดยพ่อครัวมากประสบการณ์ โดยลิ้มลองรสชาติของแกงใต้ อาหารรสจัดจ้าน ตามแบบฉบับอาหารใต้แท้ ๆ รับรองจะไม่ผิดหวังแน่นอนและทางครัวธนิสาได้จัดเป็นรีสอร์ทสามารถจองห้องพักหรือพักผ่อนได้เลย บรรยากาศร่มรื่น ไม่แพ้กับร้านอาหารที่มีทั้ง Indoor และ Outdoor ที่สามารถได้เพลินกับบรรยากาศของธรรมชาติ ในส่วนของทางร้านอาหารของมีแบบการจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบเมืองสามารถสั่งได้ทาง Food panda Line Man และ Grab Food

ที่ตั้ง : 87 หมู่ 10 ต.นาทุ่ง อ.เมือง ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 077-572-044

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 17:30 - 23:00 น.

การเดินทาง : ครัวธนิสาตั้งอยู่บนถนนเล็กๆ ในเส้นทางถนนตัดใหม่ห่างจากสถานีรถไฟชุมพร 3 กม

เมนูแนะนำ : ข้าวผัดน้ำพริกปลาทุ, ข้าวผัดแกงเขียวหวาน, ข้าวคลุกกะปิ, แกงคั่วหอยขม

2.4.3.4 ร้านธรรมดา Café and Eatery ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.19 ร้านธรรมดา Café and Eatery

ที่มา : องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.20 แกงคั่วส้มปู



ภาพที่ 2.21 กล้วยปลาน้ำเ็นทรีย์



ภาพที่ 2.22 ข้าวทะเลเกยตื้น



ภาพที่ 2.23 รีวิวร้านธรรมดาCafe'and Eatery

ข้อมูล : "ร้านธรรมดา THAMMADAA ที่ไม่ธรรมดา "อาหารดี รสชาติอร่อย บรรยากาศ สวยๆ มีต้นไม้ให้ดูสบายตา ธรรมดา คาเฟ่ แอนด์ อีทเทอรี บอกเลยเป็นร้านสบาย ๆ ตั้งอยู่ชั้นสอง มีโต๊ะมากมาย พร้อมมุมถ่ายรูป ตกแต่งสไตล์มินิมอล มีอาหารให้เลือกหลายอย่าง การจัดอาหารมาแบบน่ารักๆ ใส่ปืนโตสโตลล์ย่อนยุค ออกธีมพาสเทลหน่อย ๆ และในส่วนรสชาติของอาหารก็อร่อยโดนใจ มีเมนูรายการอาหารที่น่าลิ้มลองมากมาย เมนูเด็ดของร้านต้องยกให้ กล้วยปลาน้ำเ็นทรีย์ เครื่องแกงรสเด็ด สูตรชาวใต้ กะทิสดแท้ หอม หวาน มัน ของสดใหม่แบบไร้สารพิษปรุงแบบถ้วยต่อและอีก ๆ หลายเมนูในอาหารใต้และเป็นจุดเช็คอินใหม่ในเมืองในส่วนของทางร้านอาหารของมีแบบการจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบเมืองสามารถสั่งได้ทาง Food panda และ Grab Food

ที่ตั้ง : 351/31 ชั้น 2 ถนนสุขเสมอ ท่าตะเภา เทศบาลเมืองชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 080-589-2694

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิด เวลา 10.00 – 20.00 น. (หยุดทุกวันพุธ)

การเดินทาง : ถนนสุขเสมอ ซอยตรงข้ามโรงแรม Loft mania เข้ามาในซอยประมาณ 150 เมตร ติด

MB อพาร์ทเมนท์ ชั้น 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าการนี้ที่ส่งมอบให้ไม่มีเห็นแต่เพียงอย่างเดียว และต้องยื่นยี่สิบถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมนูแนะนำ : กล้วยปลาน้ำเ็นทรีย์, ข้าวทะเลเกยตื้น, แกงคั่วส้มปู

2.4.3.5 ร้านเยลโล่ สโตน ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.24 ร้านเยลโล่ สโตน
ที่มา : Wongnai



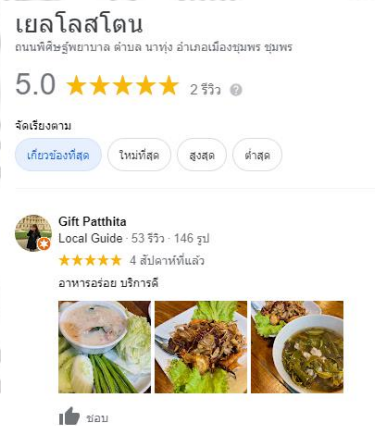
ภาพที่ 2.25 แกงส้มเยลโล่



ภาพที่ 2.26 กุ้งผัดซอสมะขาม



ภาพที่ 2.27 ปลาฆ่าสมุนไพร



ภาพที่ 2.28 รีวิวร้านเยลโล่สโตน

ข้อมูล : ร้าน Yellow Stone ด้วยประสบการณ์การทำร้านอาหารมาเกือบ 20 ปี จนขยายสาขาไป
เอกสารนี้เป็นร้าน Yellow Garden อีกหนึ่งร้าน Yellow Stone เป็นร้านอาหารบรรยากาศดี ตกแต่งร้าน
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบเก๋ ๆ เน้นสีเอิร์ธโทน มีการผสมผสานการตกแต่งหลายแนว ทั้งปูนเปลือย ผนังอิฐ เข้ากันกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ เน้นของตกแต่งแบบน้อยชิ้น แต่เรียบหรู มีสไตล์ เมนูอร่อยของร้านนี้เริ่มต้นที่งานนี้เลย กุ้งผัดซอสมะขาม ทางร้านเลือกกุ้งตัวโต สดใหม่จากทะเล มาทำเมนูแสนอร่อยเมนูนี้ เมื่อทานเข้าไปจะสัมผัสได้ถึงรสชาติของเนื้อกุ้ง และรสชาติเปรี้ยว ๆ หวาน ๆ ของซอสมะขาม อร่อยโดนใจทุกคนที่ได้ลิ้มลอง ถัดมาเป็นเมนู ปลาย่างสมุนไพร งานนี้เด็ดตรงที่ปลาสด เมื่อนำไปทอดเหลือง ๆ แล้วราดด้วยน้ำยารสแซบ ทานเข้าไปจะเคี้ยวเพลินไปด้วยเครื่องสมุนไพรที่อัดแน่นอยู่ในเมนูแสนอร่อยเมนูนี้ ด้วยรสชาติน้ำยำแซบ ๆ ทำให้เมนูนี้ถูกค่านิยมสั่งกันมาก เอาใจคนชอบอาหารได้กันสักหน่อยกับเมนู แกงส้มเมลโล่ ทางร้านตำเครื่องแกงเอง ทำให้เมนูนี้อร่อยหอมกลิ่นเครื่องแกง แกงส้มชามนี้ รสชาติเข้มข้น เครื่องแน่น มีทั้งกุ้ง ปลาหมึก เนื้อปลา ซดคล่องคอ ในส่วนของทางร้านอาหารของมีแบบการจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบเมืองสามารถสั่งได้ทาง Line Man

ที่ตั้ง : 161 ต.ท่าตะเภา อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 077511648, 0816930709

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 11.00 - 21.00 น.

การเดินทาง : ร้านอาหารเฮลโล่สโตน ตั้งอยู่หน้าโรงพยาบาลชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ บนถนนพิศิษฐ์พยาบาล

เมนูแนะนำ : ปลาย่างสมุนไพร, แกงส้มเมลโล่, กุ้งผัดซอสมะขาม

2.4.3.6 คริวคุณจักษ์ ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.29 คริวคุณจักษ์

ที่มา : Wongnai

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.30 ผัดผักบุ้งหมูกรอบ



ภาพที่ 2.31 แกงส้มชะอมไข่ยอดมะพร้าวกุ้งสด



ภาพที่ 2.32 ใบเหลียงผัดไข่

ครัวคุณจักษ์

G54P+92F ตำบล นาทุ่ง อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร

4.2 ★★★★★ 243 รีวิว

จัดเรียงตาม

เกี่ยวข้องที่สุด

ใหม่ที่สุด

สูงสุด

ต่ำสุด



C K

Local Guide · 70 รีวิว · 224 รูป

★★★★★ 2 สัปดาห์ที่แล้ว

ใหม่

อร่อยทุกอย่าง

อาหารมาไวมาก

เหมาะกับการกินที่รถ ... เพิ่มเดิม



ภาพที่ 2.33 รีวิวครัวคุณจักษ์

ข้อมูล : ในเมืองชุมพรมีร้านอาหาร สไตล์ร้านข้าวต้มรอบตึกมากมาย และมีหลายร้าน ที่มีรสชาติอาหารอร่อยโดดเด่นกว่าใครแต่ก็มีร้านอาหารอีกหนึ่งร้าน ที่มีความสุดยอดจนถือได้ว่า เป็น Top 5 สุดยอดร้านอาหารตามสั่งของเมืองชุมพร นั่นก็คือ ร้านครัวคุณจักษ์ในหลาย ๆ ร้าน แม้จะมีรสชาติอาหารที่อร่อย และราคาที่ถูกลง แต่มักจะเหมาะที่จะซื้อกลับบ้านมากกว่า สาเหตุที่ไม่เหมาะที่จะทานที่ร้านเพราะว่า สถานที่อาจจะไม่เอื้ออำนวย เช่น สถานที่คับแคบและแต่ละโต๊ะอยู่ติดกันเกินไป ทำให้อากาศถ่ายเทไม่สะดวก รวมไปถึงบางร้านจะอยู่ในบริเวณชุมชนที่รถพลุกพล่าน ทำให้ไม่สะดวกต่อการจอดรถ แต่สำหรับที่ร้านครัวคุณจักษ์ ปัญหาเหล่านี้จะหมดไป เพราะที่นี่มีที่นั่งให้เลือกมากมาย แม้จะไม่เลิศหรู แต่นั่งแล้วดูอบอุ่น เหมาะกับการมาทานข้าวกันแบบครอบครัว สำหรับครัวคุณจักษ์แล้ว เมนูที่อร่อยเด่นกว่าร้าน Top 5 ในกลุ่มร้านอาหารตามสั่ง ก็คือ ผัดผักบุ้งหมูกรอบ บอกเลยว่าเมนูนี้เป็นเมนูที่ไม่แพง และหลายคนที่ชอบทานผัก ส่วนราคาอาหารที่ร้านครัวคุณจักษ์ อยู่ในระดับกลาง ๆ ไม่ถูกและไม่แพง ขึ้นอยู่กับเมนูที่เราเลือกสั่ง รสชาติอร่อยตามแบบฉบับมาตรฐานของคนกรุงและคนที่นี่ ในส่วนของทางร้านอาหารของมีแบบการจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบ

เมืองซึ่งทางร้านจะมี Quick bike และ Line Man ส่งแบบถึงหน้าบ้านกันเลยทีเดียว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ที่ตั้ง : กรมหลวง ซอย 3 ชุมพร ต.นาทุ่ง อ.เมืองชุมพร จ.ชุมพร

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งหากไม่มีเหตุผลที่ชัดเจนและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรศัพท์ : 077 510 677

วันเวลาเปิด-ปิด : วันจันทร์ - วันศุกร์ 17:00-3:30 น.

การเดินทาง : มาได้ 2 ทางคือมาจากในเมือง หรือมาจากทางถนนแควศูนย์ราชการ

เมนูแนะนำ : แกงส้มชะอมไข่ยอดมะพร้าวกุ้งสด, ใบเหลียงผัดไข่, ผัดผักบุ้งหมูกรอบ

2.4.3.7 คริวผักสด ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.34 คริวผักสด

ที่มา : Wongnai



ภาพที่ 2.35 แกงเนื้อปูใบชะพู



ภาพที่ 2.36 แกงคั่วส้มปูนิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ร้าน ครั้วผักสด

110, 32 ซอย สุขเสมอ 9 ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร

4.2 ★★★★★ 247 รีวิว

จัดเรียงตาม

เกี่ยวข้องที่สุด ใหม่ที่สุด สูงสุด ต่ำสุด



damp suksuwanont

Local Guide 152 รีวิว · 760 รูป

★★★★★ 3 สัปดาห์ที่แล้ว · โบนัส

แกงปู หมักสดไข่เค็ม เกียวคู่ราดหน้า ยำกุ้งฟู ผัดจ้อร่อนเหินแสมเด็ม มีหนามเมือง คั่วหมูรสจัดและแซ่บไปไม่เหินแสมเด็ม



ภาพที่ 2.37 ปลากะพงซอสมะขาม

ภาพที่ 2.38 รีวิวร้านครั้วผักสด

ข้อมูล : ร้านครั้วผักสด นี้ถือว่าเป็นร้านแรกและร้านเดียวในจังหวัดชุมพร ที่ชูเด่นในเรื่องของอาหารที่ขึ้นชื่อกับหลากหลายเมนูที่คัดสรร สำหรับผู้ที่ชื่นชอบและรักในเรื่องของสุขภาพ สำหรับใครไม่ทานผักทางร้านก็มีอาหารไทยและอาหารยุโรป ไว้เสริมทัพด้วย ภายในร้านเป็นห้องแอร์ เปิดเพลงเบาๆ สบาย ๆ จัดตกแต่งทันสมัยด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่มีสีสันประดับประดาด้วยดอกไม้เก็บรายละเอียดตามมุมโต๊ะต่าง ๆ ทำให้รู้สึกฟินกับการนั่งรับประทานอาหาร หรือจะนั่งบริเวณภายนอกนั่งรับลมเย็นชื่น ๆ ก็ได้ตามแต่ใจชอบ ในส่วนของทางร้านมีแบบการจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบเมืองสามารถสั่งได้ทาง Grab Food

ที่ตั้ง : 110, 32 ซอย สุขเสมอ 9 ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 077 571 731

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 10.00 - 21.00 น.

การเดินทาง : จากศาลหลักเมืองชุมพร ใช้ถนนปรมินมรรคา มุ่งหน้าไปยังถนนพิศิษฐ์พยาบาลซอยเทศบาลเมืองชุมพรระยะทาง 200 เมตร เลี้ยวขวาผ่านการประปาส่วนภูมิภาคจังหวัดชุมพร ใช้ถนนช่องทางซ้ายเพื่อรอเลี้ยวซ้ายตรงสัญญาณไฟจราจรใช้ระยะทาง 500 เมตร เพื่อใช้ถนนสุขเสมอ ตรงไปยังเส้นทางใช้ระยะทาง 300 เมตร ให้เลี้ยวซ้ายตรง สุขเสมอซอย 9 ตรงไปอีกประมาณ 300 เมตร ร้านครั้วผักสดจะอยู่ทางด้านขวามือ ตรงข้ามกับโรงแรมนานาชาติ .

เมนูแนะนำ : ปลากะพงซอสมะขาม, แกงคั่วส้มปูนิ่ม, แกงเนื้อปูใบชะพู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.8 ครั้วหนังlungชุมพร ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.39 ครั้วหนังlungชุมพร

ที่มา : Wongnai



ภาพที่ 2.40 ปลาเนื้ออ่อนทอดกระเทียม



ภาพที่ 2.41 ต้มส้มปลากระบอก



ภาพที่ 2.42 แกงคั่วหอยขมเห็ดแครง



ภาพที่ 2.43 รีวิวร้านครั้วหนังlung ชุมพร

ข้อมูล : ครั้วหนังlungชุมพร สุดยอดอาหารปักษ์ใต้รสเด็ดที่มีนักชิมจากทั่วสารทิศแวะเวียนมาชิม และ ก็ถูกอกถูกใจกับรสชาติอาหารไม่ว่าจะเป็นแกงคั่วหอยขมเห็ดแครง หมูคั่วเค็ม ต้มส้มปลากระบอก กุ้งแม่น้ำหรือกุ้งหวัดต้มกะทิระกำ ปลาเนื้ออ่อนทอดกระเทียมทานกับน้ำพริกแมงดา น้ำพริกกะปิ พร้อมผักสด ๆ หรือสะอาดเผาะของทางใต้ และทางร้านยังมีจุดเด่นอยู่ตรงที่ศิลปะวัฒนธรรมการแสดงหนังไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะลุงที่มีให้ชมในทุกวันในช่วงหัวค่ำอีกด้วย ในส่วนของทางร้านอาหารของมีแบบการจัดส่ง Delivery รอบเมืองซึ่งทางร้านจะมีพนักงานจัดส่งอาหารแบบตามรอบเวลาที่ทางร้านได้จัดไว้หรือเป็นการรับออเดอร์โดยการโทรสั่งไว้ล่วงหน้า

ที่ตั้ง : 9 หมู่ 5 ถ.ชุมพร-ระนอง ตำบลวังไผ่ อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 077 501 776

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 10.00 -22.00 น

การเดินทาง : จากศาลหลักเมืองชุมพร เลี้ยวซ้ายไปยังพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ระยะเวลา 450 เมตร เจอสี่แยกหอนาฬิกาให้ชิดขวาเพื่อเลี้ยวหลังจากนั้นเลี้ยวขวา เข้าสู่ ถนนเส้นทาง 327 ถนนชุมพร-ระนอง วิ่งผ่านวงเวียนแยกทางตัน ระยะเวลา 5.9 กม. ตรงไปผ่านห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีชุมพร ห้างสรรพสินค้าโลตัสชุมพร เห็นธนาคารอาคารสงเคราะห์ทางด้านซ้ายมือ ให้ชะลอรถวิ่งรถเลนส์ขวาเพื่อเลี้ยวเข้าร้านอาหารครัวหนังลุง .

เมนูแนะนำ : แกงคั่วหอยขมเห็ดแครง, ต้มส้มปลากระบอก, ปลาเนื้ออ่อนทอดกระเทียม

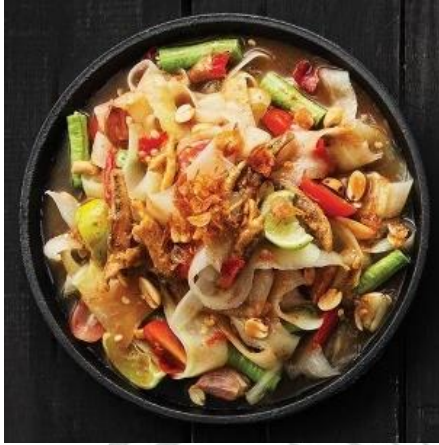
2.4.3.9 ร้าน ZAAP CLASSIC ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.44 ร้าน ZAAP CLASSIC

ที่มา : Wongnai

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.45 ส้มตำหลวงพระบาง



ภาพที่ 2.46 ต้มแซบกระดูกหมูอ่อน



ภาพที่ 2.47 ตำถาด ส. ขอนแก่น



ภาพที่ 2.48 รีวิวร้าน Zaap Classic สาขาโลตัสชุมพร

ข้อมูล : หากนึกถึงร้านอาหารอีสานบนห้าง ต้อง zaap classic เลยค่ะ เมนูเด็ดจะมี ต้มแซบกระดูกหมูอ่อน รสชาติเปรี้ยว เค็ม แซบ หมูนุ่ม ไก่ย่างหนังกรอบ(จานใหญ่) หนังกรอบมันน้อย เนื้อนุ่ม รสชาติดีมาก ส้มตำหลวงพระบาง ต้องสั่งทุกครั้ง ส้มตำมะละกอเส้นใหญ่ น้ำส้มตำผสมกะปิ นัวมาก ๆ ข้าวเหนียวคำหอมนุ่ม น้ำตคอกหมูย่าง มันน้อย อย่างกำลังดี จัดเป็นในบรรดาอาหารไทยที่คนไทยต่างชาติต่างก็ชื่นชอบในความเป็นเอกลักษณ์ของรสชาตินี้ ๆ ที่จัดจ้านเข้าถึงเครื่อง ทางร้านสามารถนั่งรับประทานที่ร้านหรือจะซื้อกลับบ้านไปกินแบบฟิน ๆ ก็ย่อมได้ และยังมีจัดส่งอาหารแบบการ Delivery ในเทศบาลเมืองชุมพรอีกด้วย สามารถสั่งได้ทาง Food panda, Grab Food และ Line Man ได้เลย

ที่ตั้ง : Tesco Lotus ชุมพร 176 หมู่ที่ 3 ถนนชุมพรตัดใหม่ ชุมพร

โทรศัพท์ : 093-774-4491

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 10:00 - 20:00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
การเดินทาง : ร้านแซบ คลาสสิก ชั้น1 ทางเข้าหน้าห้างโลตัสชุมพร
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมนูแนะนำ : ตำถาด ส. ขอนแก่น, ต้มแซบกระดูกหมูอ่อน, ส้มตำหลวงพระบาง

2.4.3.10 River Terrace ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.49 River Terrace

ที่มา : Wongnai



ภาพที่ 2.50 ข้าวหมูสามชั้นทอดน้ำปลา



ภาพที่ 2.51 ข้าวหมูสามชั้นคั่วพริกเกลือไข่ตอง
น้ำปลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



19 รีวิว 22 เพลิดเพลิน

3.5

จาก 5



S3onuein Fah Mui

เหมาะ กับ

42% ของรีวิวบอกว่าร้านนี้เหมาะกับ เพื่อนฝูง

32% ของรีวิวบอกว่าร้านนี้เหมาะกับ คู่รัก

32% ของรีวิวบอกว่าร้านนี้เหมาะกับ ครอบครัวหรือ เด็ก

อันดับ #4 จาก 98

ร้านเบเกอรี่ในจังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 2.52 ข้าวคลุกกะปิ

ภาพที่ 2.53 รีวิวร้าน River Terrace

ข้อมูล : River Terrace ร้านอาหารอยู่ติดแม่น้ำ เดินทางไม่ไกลมากจากในตัวเมืองชุมพร ไม่คิดว่าร้านอาหารมาตั้งอยู่แบบนี้ แต่คนแน่นตลอดเวลา เข้ามา order ก็แน่น พนักงาน Food panda ก็รอรับอาหารอยู่เยอะมาก เมนูเค้ามีหลากหลาย ทั้งไทย และเทศ combination และ fusion จนเป็น Signature ของร้าน คือ ไข่ตองน้ำปลา เนื้อสั้มผัดไข่แดงเริ่มแข็ง ทานคู่กับเมนูแนะนำ หมูสามชั้นคั่วพริกเกลือที่รสชาติเข้ากันอย่างลงตัว ทางร้านสามารถนั่งรับประทานที่ร้านหรือจะซื้อกลับบ้านไปรับประทานและยังมีจัดส่งอาหารแบบการ Delivery ในเทศบาลเมืองชุมพรอีกด้วย สามารถสั่งได้ทาง Line Man / Food panda / Grab / Ant Delivery / Quick Bike

ที่ตั้ง : ตำบล บางลึก อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 085-4039777

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 10:00 - 20:00 น.

การเดินทาง : ทางถนนไตรรัตน์แล้วลอดใต้ทางรถไฟ สะพานเทศบาล 4 ชุมพร ลงสะพานเทศบาล 4 ร้านอยู่ขวามือ

เมนูแนะนำ : ข้าวหมูสามชั้นคั่วพริกเกลือไข่ตองน้ำปลา, ข้าวหมูสามชั้นทอดน้ำปลา, ข้าวคลุกกะปิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.11 คริวสองพี่น้อง ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.54 ครัวสองพี่น้อง
ที่มา : Wongnai



ภาพที่ 2.55 แกงส้มใต้(แกงเหลือง)



ภาพที่ 2.56 หมูป่าผัดพริกแกง



ครัวสองพี่น้อง ชุมพร

197/1 ถนน ชอช ทรัพย์สินดำ ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร

4.2 ★★★★★ 63 รีวิว

จัดเรียงตาม

เกี่ยวข้องที่สุด โบนัสสุด สูงสุด ต่ำสุด

คนเดินทาง ว่างงาน ก็น มอน เหวอ
Local Guide · 216 รีวิว · 824 รูป

★★★★★ 4 สัปดาห์ที่แล้ว

20/10/21

กลับมาอีกครึ่ง4 ...เพิ่มเติม

👍 ชอบ

Chokchai Inox
Local Guide · 137 รีวิว · 102 รูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษา ภาพที่ 2.57 เต้าหู้ทรงเครื่อง ภาพที่ 2.58 รีวิวร้านครัวสองพี่น้อง ชุมพร การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ข้อมูล : คริวสองพี่น้อง ร้านอาหารสุตอร้อยแห่งหนึ่งในชุมพร ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง เปิดให้บริการช่วงเย็นไปจนถึงดึก ๆ บรรยากาศภายในร้านสบาย ๆ อยู่ติดกับถนนซอยทิวสินค้า รสชาติอาหารอร่อยเด็ด ไม่เป็นรองร้านไหน เพราะใช้วัตถุดิบอย่างดีและสดใหม่ มีเมนูอาหารตามสั่งให้เลือกมากมายทั้งอาหารใต้และอาหารไทย ใครหิวตึก ๆ ต้องร้านนี้เลย เป็นร้านอาหารไทยในชุมพรที่แม่ครัวมีฝีมือดี อาหารราคาไม่แพงราคายุติธรรม อาหารอร่อยทุกจาน ของที่ปรุงอาหารสดมาก ทางร้านสามารถนั่งรับประทานที่ร้านหรือจะซื้อกลับบ้านไปรับประทานและยังมีจัดส่งอาหารแบบการ Delivery ในเทศบาลเมืองชุมพร โดยการโทรสั่งไปยังร้านแล้วมีพนักงานส่งอาหารของทางร้านบริการส่งให้ลูกค้า

ที่ตั้ง : 197/1 ถนน ซอย ทิวสินค้า ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 064 979 8922

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 16.00 - 02.00 น

การเดินทาง : ตรงข้ามโรงแรมมรกต ตำบลท่าตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

เมนูแนะนำ : แกงส้มใต้(แกงเหลือง), เต้าหู้ทรงเครื่อง, หมูป่าผัดพริกแกง

2.4.3.12 คัดเซ่นต้อย ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.59 คัดเซ่นต้อย

ที่มา : Wongnai

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



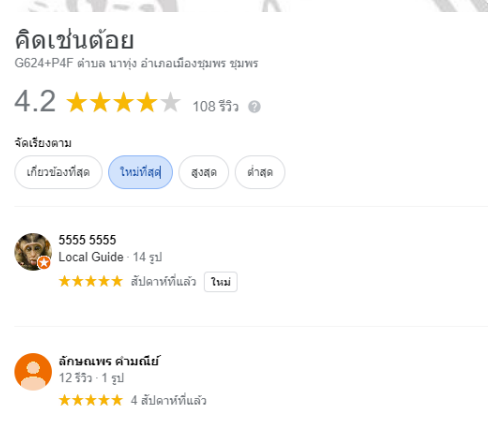
ภาพที่ 2.60 แกงส้มมะละกอเนื้อปลาอินทรี



ภาพที่ 2.61 ไก่ผัดพริกแกงใส่ถั่วฝักยาว



ภาพที่ 2.62 แกงป่าไตปลา



ภาพที่ 2.63 รีวิวร้านคิดเข่นต๋อย

ข้อมูล : ร้านคิดเข่นต๋อย ที่ด้านหน้าร้านจะมีป้ายขนาดใหญ่ติดให้เราเห็น ลูกค้าสามารถเลือกวัตถุดิบสดใหม่ และทางร้านมีเมนูอาหารใต้ที่ทานคู่กับข้าวร้อน ๆ เช่น แกงป่าไตปลาฉบับรสชาติชาวใต้ ร้านอาหารเป็นแบบคล้าย ๆ ฟู้ดคอสเมื่อเทียบกับในห้าง เพราะเมื่อเราซื้ออาหารเสร็จก็ถือเดินไปนั่งที่โต๊ะได้เลย บรรยากาศเป็นแบบสบาย ๆ ค่อยข้างเย็นสบาย การบริการของร้านนี้เราสามารถสั่ง Delivery ได้โดยมีบริการทั้ง Line Man ซึ่งจัดส่งบริเวณเทศบาลเมืองชุมพร ทั้งนี้ที่ร้านยังมี ไตปลาควักกั้งแห้ง ที่จัดส่งทั่วไทยอีกด้วย

ที่ตั้ง : ถนนเฉลิมพระเกียรติ 86000

โทรศัพท์ : 077 504 163

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 10.00 – 19.00 น

การเดินทาง G624+P4F ตำบล นาทุ่ง อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

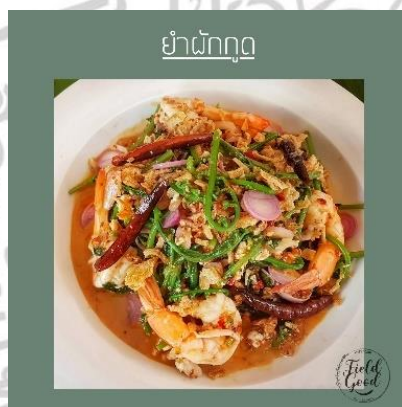
เมนูแนะนำ : แกงส้มมะละกอเนื้อปลาอินทรี, ไก่ผัดพริกแกงใส่ถั่วฝักยาว, แกงป่าไตปลา

เอกสารนี้เป็นเพียงเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

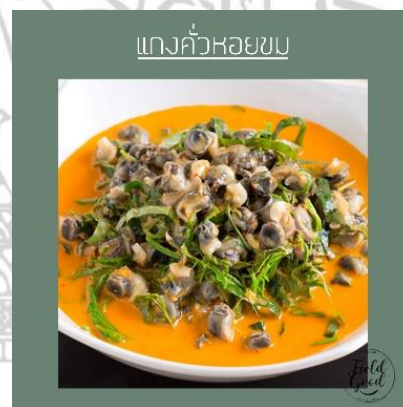
2.4.3.13 Field Good Food & Drink ร้านอาหาร ชุมพร ประเภทร้านอาหาร ทั่วไป



ภาพที่ 2.64 Field Good Food & Drink ร้านอาหาร ชุมพร
ที่มา : Facebook Field Good Food & Drink ร้านอาหาร ชุมพร



ภาพที่ 2.65 ยำผักกูด



ภาพที่ 2.66 แกงคั่วหอยขม



ภาพที่ 2.67 สามชั้นคั่วพริกเกลือ

Field Good food & drink ร้านอาหาร ชุมพร
99 5 ตำบล นางหมาก อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร

4.8 ★★★★★ 10 รีวิว

จัดเรียงตาม

เกี่ยวข้องที่สุด ใหม่ที่สุด สูงสุด ต่ำสุด

เสาวนีย์ กาญจนบรรณ
7 รีวิว · 7 รูป

★★★★☆ 3 วันที่ผ่านมา ใหม่

บรรยากาศพอใช้
อาหารอร่อยบางเมนู
หนุสียงกั๋วไห้ ... เติมเต็ม

👍 ชอบ

ภาพที่ 2.68 รีวิวร้าน Field Good Food &
Drink

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูล : Field Good Food & Drink ร้านอาหาร ชุมพร ร้านบรรยากาศดีมาก นั่งได้ชิว ๆ ตัวร้านมีหลายโซน กลางแจ้ง ในร่ม ห้องแอร์ โซนกลางแจ้งดูบรรยากาศไปด้วยคือดีมาก ฟิลด์ก็ดูเปิดเมื่อกลางเดือนมีนาคม ในระหว่างที่กำลังไปได้ดี ก็พบกับโควิดแต่ก็ถือว่าเป็นร้านเปิดใหม่ในซานเมืองของจังหวัดชุมพร แต่มีอาหารไทยรสชาติโดดเด่นโดยเฉพาะแกงคั่วหอยขมที่มีเครื่องแกงหอมละมุน ทางร้านยังมีการจัดส่งอาหารแบบ Delivery สามารถสั่งได้ที่แอป Line Man และ Food Panda

ที่ตั้ง : 99/5 ม.1 ต.บางหมาก อ.เมือง เทศบาลเมืองชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 086-0012088

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิด เวลา 11.00 – 22.00 น. (หยุดทุกวันจันทร์)

การเดินทาง : อยู่บนถนนเส้นทาง ชพ.4004 ตำบลบางหมาก อำเภอเมืองชุมพร บนถนนตัดใหม่ใกล้แยกบางหมาก

เมนูแนะนำ : ยำผักกูด, แกงคั่วหอยขม, สามชั้นคั่วพริกเกลือ

2.4.3.14 ร้านกวงเฮง ข้าวแกงปักษ์ใต้ ประเภทร้านอาหารทั่วไป



ภาพที่ 2.69 ร้านกวงเฮง ข้าวแกงปักษ์ใต้

ที่มา : คลับออร์อย



ภาพที่ 2.70 ผัดเผ็ดกบ

ภาพที่ 2.71 พะแนงหมู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่บนโซเชียลมีเดีย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กวางเฮง ข้าวแกงปีกษิไต

198, 200 ศาลาแดง ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร

4.3 ★★★★★ 49 รีวิว

จัดเรียงตาม

เกี่ยวข้องที่สุด ใหม่ที่สุด สูงสุด ต่ำสุด



chuthamane pullawat

Local Guide · 48 รีวิว · 40 รูป

★★★★★ เดือนที่แล้ว

อีกหนึ่งร้านเก่าแก่ของชุมพร

ข้าวแกงปีกษิไต ชมรมริมน้ำพริก น้ายากะทิ แกงไก่ ทานกับทอดมันอร่อยเข้ากัน

ตลอดด้วยขนมหวานไทยหลากหลายตลอด ร่มมัตริศ ข้าวเหนียวถั่วดำ ข้าวเหนียวทุเรียน ..

👍 ชอบ

ภาพที่ 2.72 ปลาเค็มทอดกะทิ

ภาพที่ 2.73 รีวิวร้านกวางเฮง

ข้อมูล : ร้านกวางเฮง มี สภาร้านเป็นห้องแถวไม้โบราณสร้างเมื่อปี 2475 ดังนั้น ร้านนี้ ดูจากชื่อและ สภาร้านแล้ว ก็ต้องเป็นร้านเก่าแก่ที่มีตำนานประจำเมือง เปิดบริการปี 2513 หน้าร้านจะเป็นพวก ขนมหวานต่าง ๆ ใส่อยู่ในหม้อ ด้านในร้านจะเป็นพวก ขนมจีน ข้าวแกง ต่าง ๆ จะอยู่ในหม้อเคลือบสี น้ำเงินมีหูหิ้ว (หม้อโบราณดี) ร้านนี้มีแกงหลายหม้อให้เลือกชิม ทุกหม้อรสชาติเผ็ดร้อนจัดจ้านแบบฉบับคนปีกษิไต ไม่ว่าจะเป็นหลนไต่ปลา แกงเหลือง ปลาเค็มทอดกะทิ ลูกเนียงผัดพริกแกง ถ้าวันไหนไปเจอเขาแกงกะทิใบเหลียงปลาย่าง ขอแนะนำให้สั่งเร็วพลัน เพราะมันอร่อยมาก รสชาติเข้มข้นหอมกลิ่นเครื่องแกง ทั้งใบเหลียงก็อ่อนหวานมันเข้ากันดีกับเนื้อปลาย่าง อีกเมนูคือแกงปลาย่าง หน้าตาคล้าย ๆ แกงไต่ปลา แต่ใช้เนื้อปลาย่างโคลกกับเครื่องแกงแทนไต่ปลา เครื่องแกงคล้ายปลาย่างหอมฉุนขึ้นฉะมุข อร่อยแบบห้ามลิ้มชิม ตบท้ายด้วยขนมหวาน ตลอดชองน้ำกะทิ เฉาก้วย เผือกบวด ข้าวเหนียวดำเปียก หวาน ๆ หอม ๆ ทางร้านยังมีการจัดส่งอาหารแบบ Delivery สามารถสั่งได้ที่แอป Quick bike

ที่ตั้ง : 198, 200 ศาลาแดง ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 0 7750 1079

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิด เวลา 11.00 – 17.00 น. (หยุดทุกวันอาทิตย์)

การเดินทาง : ถนนหมายเลข 3180 ตาม Rural Road 5056 และ ไตรรัตน์ ไปทาง ศาลาแดง มุ่งไป ตำบล ท่าตะเภา ร้านอยู่ตรงข้าม สำนักงาน ธกส. ชุมพร ถนนศาลาแดง

เมนูแนะนำ : ผัดเผ็ดกบ, พะแนงหมู, ปลาเค็มทอดกะทิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.15 ร้านขายน้อย ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี



ภาพที่ 2.74 ร้านขายน้อย

ที่มา : Facebook ร้านขายน้อย



ภาพที่ 2.75 ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด



ภาพที่ 2.76 ผัดไทยไร้เส้น



ภาพที่ 2.77 ข้าวผัดกะเพรา



ภาพที่ 2.78 รีวิวร้านขายน้อย

ข้อมูล : ร้านขายน้อย ให้บริการอาหารไทย เมนูเด็ด ๆ อีกหลากหลายเมนู อาหารรสชาติเป็นที่ถูกปากคุณ ภายในร้านสะอาดโล่งโปร่งสบาย บรรยากาศดี และราคาที่เป็นกันเอง ที่จอดรถกว้างขวาง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อผู้จัดทำเอกสาร

ให้มาแวะร้านนี้ เพราะมาแล้วจะได้ลิ้มรสทั้งถ้วยเดียวต้มยำสูตรโบราณที่ตกทอดสูตรมาตั้งแต่รุ่นแม่ และที่เด็ดคือผัดไทยกุ้งสดสูตรอร่อยที่เส้นเหนียวนุ่ม กุ้งสดเนื้อแน่น รสชาติก็ถึงเครื่องผัดไทย ไม่แห้งไป ไม่แฉะเกิน อร่อยแถมปริมาณก็ไม่น้อยด้วย ร้านตั้งอยู่ในบึงกวนซูปเปอร์สโตร์หาไม่ยาก ทางร้านยังมีการจัดส่งอาหารแบบ Delivery สามารถสั่งได้ที่แอป Food panda, Grab Food และ Line Man

ที่ตั้ง : 23/4 ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

โทรศัพท์ : 061 545 5996

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 11.30 – 21.00 น
การเดินทาง : จากศาลหลักเมือง มุ่งหน้าทางตะวันตกเฉียงเหนือ ไปตามถนนปรมินทรมรรคา เข้าสู่พินิจคดี เลี้ยวขวา เข้าสู่ พินิจคดี เลี้ยวขวา เข้าสู่ ถนนประชาอุทิศ ขับต่อไปยัง ถนนพิศิษฐ์พยาบาล เลี้ยวซ้าย เข้าสู่ พิศิษฐ์พยาบาล 3 เลี้ยวซ้าย เข้าสู่ ถนนกรมหลวงชุมพร ปลายทางจะอยู่ทางซ้าย ตั้งอยู่ใน บึงกวนซูปเปอร์สโตร์

เมนูแนะนำ : ผัดไทยไร้เส้น, ข้าวผัดกะเพรา, ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด

2.4.3.16 ผัดไทยแม่แดง ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี



ภาพที่ 2.79 ผัดไทยแม่แดง
ที่มา : Wongnai



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกทั้งที่ ไม่มเห็นเห็นปลงเขียน และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.80 ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด

ภาพที่ 2.81 ผัดไทยไร้เส้น



ภาพที่ 2.82 รีวิวร้านผัดไทยแม่แดง เจ้าเก่า

ข้อมูล : ขอยกระดับอาหารแนวสตรีทฟู้ดกันหน่อยกับร้าน "ผัดไทยแม่แดง สูตรเก่าแก่" ซึ่งร้านนี้ก็ตั้งอยู่ที่ถนนกรมหลวง ตัวเส้นเหนียวนุ่มหนึบหนับชัดเจน ให้กึ่งตัวเต็ม ๆ คำสดเนื้อดี เครื่องเคราผัดไทยต่าง ๆ มาครบครัน โดดเด่นด้วยกลิ่นหอมของกระทะแบบไม่แรงไป และรสชาติที่ไม่เหมือนผัดไทยทั่วไปมีความนุ่มความกลมกล่อมของรสชาติที่ชัดไม่โดดเส้นมีความเหนียวนุ่ม รสเปรี้ยวหวาน เค็ม ครบรสแถมไม่แพงอีกด้วย ราคาเบาแต่เครื่องแน่น ไปซุ่มพรเป็นอีกร้านที่ต้องลอง ผัดไทย ราคาเริ่มต้น 30บาท และทางร้านยังมีการจัดส่งอาหารแบบ Delivery สามารถสั่งได้ที่แอป Food panda

ที่ตั้ง : ถนนกรมหลวงชุมพร ชุมพร (ถนนกรมหลวงชุมพรเยื้องร้านแว่นบิวตี้ฟูล)

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 17:00 – 24:00 น.

การเดินทาง : ตลาดโต้รุ่งชุมพรตั้งอยู่บนถนนกรมหลวงชุมพร เส้นตรงจากสถานีรถไฟชุมพร

เมนูแนะนำ : ผัดไทยกุ้งสด, ผัดไทยรวมมิตร

2.4.3.17 ผัดไทยไข่ฟูยายอ๊ี้ ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี



ภาพที่ 2.83 ผัดไทยไข่ฟูยายอ๊ี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : Wongnai
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.84 ผัดไทยวุ้นเส้นกุ้งสด



ภาพที่ 2.85 ผัดไทยไร้เส้น

ผัดไทยไขฟูยายอี่

G52H+G7M ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร

4.4 ★★★★★ 27 รีวิว

จัดเรียงตาม

เกี่ยวข้องที่สุด ใหม่ที่สุด สูงสุด ต่ำสุด



Kanit M
Local Guide · 111 รีวิว · 621 รูป

★★★★★ ปีที่แล้ว

ร้านผัดไทยริมทาง ขายค่อนข้างน้อย
รอคิ๊งเพราะ คนทานเยอะ สั่งกลับมานก็เยอะเช่นกัน
ราคาโอเคนะ ... เพิ่มเติม



ภาพที่ 2.86 รีวิวร้านผัดไทยไขฟูยายอี่

ข้อมูล : ผัดไทยชื่อดังย่านถนนกรมหลวงไม่มาลองไม่ได้แล้ว ร้านนี้มีให้เลือกทานทั้งผัดไทยธรรมดา ผัดไทยกุ้งสด ผัดไทยห่อไข่และหอยทอดกระทะร้อน ทีเด็ดอยู่ที่เส้นผัดไทยนุ่มกำลังดีทานกับไข่ทอด ร้อน ๆ ผัดไทยที่ขึ้นจากกระทะแทบจะไม่ต้องปรุงอะไรเพิ่มเพราะรสชาติอร่อยอยู่แล้ว หากใครผ่านมา แลวนี่ก็มาลิ้มลองรสชาติกันได้ ร้านตั้งอยู่ตรงข้ามกับห้างโอเชียน ชุมพร และทางร้านก็มีการส่งแบบ Delivery สามารถสั่งได้ที่แอป Food panda

ที่ตั้ง : ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 17:00 – 24:00 น.

โทรศัพท์ : 083 639 9497

การเดินทาง : ตลาดโต้รุ่งชุมพรตั้งอยู่บนถนนกรมหลวงชุมพร เส้นตรงจากสถานีรถไฟชุมพร

เมนูแนะนำ : ผัดไทยกุ้งสด, ผัดไทยรวมมิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.18 ร้านยำปูม้า ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี



ภาพที่ 2.87 ร้านยำปูม้า
ที่มา : Wongnai



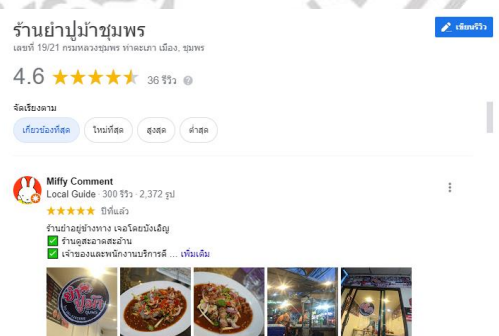
ภาพที่ 2.88 ยำปูม้า



ภาพที่ 2.89 ยำหอยนางรม



ภาพที่ 2.90 หอยแครง กุ้งสดคุ้ง ไหลบัว



ภาพที่ 2.91 รีวิวร้านยำปูม้าชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูล : ร้านยาสุดแซบใน จ.ชุมพร ที่รับรองว่าสดอร่อยแบบยกชิ้นมาจากทะเลแล้วยากันให้กินกันแบบสด ๆ เลยทีเดียว โดยเจ้าของร้านคือคุณณิภา จุลบุตร (ภา) อายุ 36 ปี อยู่บ้านเลขที่ 56/7 หมู่ 4 ต.ปากน้ำ อ.เมือง จ.ชุมพร ที่มาของร้านว่าตนเองเป็นคนที่ชอบกินยาปูม้า จึงมีแนวคิดที่อยากจะเปิดร้านยาที่อร่อย ๆ แบบนี้ใช้ของที่ดี ๆ เพราะที่บ้านมีแพปลาเป็นของตัวเอง ก็เลยทำในสิ่งที่ตัวเองชอบกินคือเปิดร้านยา ชื่อว่า "ร้านยาปูม้าชุมพร" อยู่บริเวณใกล้ปากซอย 3 ถนนกรมหลวง ปัจจุบันร้านเปิดมาประมาณ 3 ปีแล้ว ผลตอบรับต้องบอกว่าดีมาก นอกจากลูกค้าที่มาสั่งหน้าร้าน รอหยิบบัตรคิวเพื่อสั่งยาแล้วยังมีลูกค้าออนไลน์ ที่สั่งออเดอร์กันเข้ามาเป็นจำนวนมาก ในแต่ละวันจะมีออเดอร์ที่สั่งผ่านช่องทางไลน์ เฟซบุ๊กและแอป Food panda, Grab Food และ Line Man ด้านสาเหตุที่ใช้ชื่อร้านว่า ร้านยาปูม้าชุมพร เพราะอยากให้คนที่มาทานยาที่ร้านรู้ว่าซิกเนเจอร์ของร้านเราคือ ยาปูม้า และที่สำคัญคืออยากให้คนที่มาเที่ยวจังหวัดชุมพรได้รู้ว่าอาหารทะเลของดีของชุมพรที่ไม่ควรพลาดคือปูม้า นอกเหนือจากยาปูม้าก็จะมียาอื่น ๆ เช่น ยากุ้งสด ยาแก้ง ยาหมึกสาย ยาหมูทอด ยาไขหมึก วัตถุดิบที่ใช้ทุกอย่าง สิ่งสำคัญที่จะทำให้ยาอร่อยคือน้ำมะนาว ที่จะใช้มะนาวคั้นสด ๆ จะไม่ใช้มะนาวขวดมาใส่น้ำอย่างเด็ดขาด วัตถุดิบที่ดีและปริมาณที่เกินคุ้มในราคาชุดละ 100 บาท

ที่ตั้ง : เลขที่ 144/1 ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมือง, ชุมพร 86000

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน เวลา 14.00 – 21.00 น

โทรศัพท์ : 061 326 5669

การเดินทาง : เดินทางไปบน สหกรณ์ ขับไปทาง ถนนกรมหลวงชุมพรเลี้ยวขวา เข้าสู่ สหกรณ์ไปยัง ถนนพิชิตพยาบาลเลี้ยว ซ้าย หลังสี่แยก กรมหลวงพิชิต (ทางด้านซ้าย) ปลายทางจะอยู่ทางขวา

เมนูแนะนำ : ยาปูม้า, หอยแครง กุ้งสดๆ ไหลบัว, ยาหอยนางรม

2.4.3.19 ร้านข้าวราดแกงเจ็ดมู ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี



เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของร้านเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : Wongnai ห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.93 ผัดหอยลาย



ภาพที่ 2.94 แกงส้มปลาหน่อไม้ดอง



ภาพที่ 2.95 คั่วกลิ้ง

พรปรีณี

👤 0 📍 1 📅 1 🟢 ยืนยันตัวตนแล้ว

★★★★★ 15 ก.ย. 2020 👤 ดูแล้ว 78

ข้าวราดแกงอร่อยมากค่ะ

กับข้าวรสเหมือนกินข้าวที่บ้านที่อร่อยมาก

ทุกเมนู แนะนำแกงไตปลากระเทียม, แกงส้มส้มปรดดอกแค, ผัดหอยลาย, คั่วกลิ้ง

เดินทางสะดวก อยู่ชอยสุขเสมอชอย9 ดูเพิ่มเติม



👍 0 Like 💬 0 Comment ➦ Share

ภาพที่ 2.96 รีวิวร้านข้าวราดแกงเจ็ดคุ้ม

ข้อมูล : ร้านข้าวราดแกงเจ็ดคุ้ม เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้ที่มีรายได้น้อยไปจนถึงเศรษฐี โดยมีสโลแกนว่า “อร่อยอย่างแรงชายแฉงไม่เป็น” ในทุกวันจะมีลูกค้าเข้ามารับประทานแน่นร้าน ทั้งสั่งข้าวราดแกงรับประทานที่ร้าน และสั่งให้ห่อกลับบ้าน หรือสั่งผ่านแอปออนไลน์ อย่าง Line Man ซึ่งมีกับข้าวให้เลือกรับประทานหลากหลายเมนู เช่น ผัดเผ็ดหมูป่า ผัดกะเพราหมู ผัดเผ็ดปลาตุก แกงไตปลากระเทียม, แกงส้มปลาหน่อไม้ดอง, ผัดหอยลาย, คั่วกลิ้ง ไม่เผ็ดจนเกินไป มีผักน้ำพริกแถมสำหรับคนนั่งทานที่ร้านด้วย

เอกสารนี้ที่ตั้งใจ : ถนนนี้ ประชาอุทิศ ตำบล ท่าตะเภา อำเภิอ เมืองชุมพร จังหวัด ชุมพร 86000 สุขเสมอชอย9 ค้าไม่ว่ากชุมพร (เยื้องโรงแรมนานาชาติ) ัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดวันจันทร์ - พุธสัปดาห์ เวลา 16:30 - 21:00 น.

โทรศัพท์ : 061 326 5669

การเดินทาง : จากศาลหลักเมืองชุมพร ใช้ถนนปรมินมรรคา มุ่งหน้าไปยังถนนพิศิษฐ์พยาบาลซอยเทศบาลเมืองชุมพรระยะทาง 200 เมตร เลี้ยวขวาผ่านการประปาส่วนภูมิภาคจังหวัดชุมพร ใช้ถนนช่องทางซ้ายเพื่อรอเลี้ยวซ้ายตรงสัญญาณไฟจราจรใช้ระยะทาง 500 เมตร เพื่อใช้ถนนสุขเสมอ ตรงไปยังเส้นทางใช้ระยะทาง 300 เมตร ให้เลี้ยวซ้ายตรง สุขเสมอซอย 9 ตรงไปอีกประมาณ 200 เมตร ร้านข้าวราดแกงเจ็ดคุ้ม (เยื้องโรงแรมนานาชาติ)

เมนูแนะนำ : แกงส้มปลาหน่อไม้ดอง, ผัดหอยลาย, คั่วกลิ้ง

2.4.3.20 น้องบิวเมียงปลาเผา ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี



ภาพที่ 2.97 น้องบิวเมียงปลาเผา

ที่มา : Facebook น้องบิวเมียงปลาเผา



ภาพที่ 2.98 ยำรวมทะเล



ภาพที่ 2.99 , ผัดไทยหมูหมัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



น้องบิวเมียงปลาเผา
ร้านอาหารไทย ใน เทศบาลเมืองชุมพร
4.6 ★★★★★

ภาพที่ 2.100 : เมียงปลาทับทิมเผา

ภาพที่ 2.101 : รีวิวร้านน้องบิว เมียงปลาเผา

ข้อมูล : น้องบิว เมียงปลาเผา ไม่ได้อร่อยแค่ปลาเผา นะ ผัดไทยคือที่สุด กุ้งคือสดมาก ผัดไทยรสชาติกลมกล่อม ผักก็สด เมียงปลาทับทิมเผา เป็นอีกเมนูที่ต้องสั่งมาชิมให้ได้ นั่นคือ “ปลาทับทิมเผาเกลือ” ปลาทับทิมตัวใหญ่ เผามาได้สุกกำลังดี ไม่แข็งจนเกินไป กินคู่กับผักแนม, ผักกาดหอม, ผักกาดขาว, ผักชีฝรั่ง , ใบโหระพา ราดด้วยน้ำจิ้มซีฟู้ดรสแซบ มีวนรวมกันเป็นคำใหญ่ ๆ รสชาติเข้ากันได้เป็นอย่างดี นอกจากลูกค้าที่มาสั่งหน้าร้าน แล้วยังมีลูกค้าออนไลน์ ที่สั่งออเดอร์กันเข้ามาเป็นจำนวนมาก ในแต่ละวันจะมีออเดอร์ที่สั่งผ่านช่องทางไลน์ เฟซบุ๊กและแอป Food panda และ Quick bike ใครผ่านมาชุมพรต้องลองถือว่าเป็นของดีของชุมพรที่ไม่ควรพลาด

ที่ตั้ง : ถนนกรมหลวงชุมพร ตำบล ท่าตะเภา อำเภอเมืองชุมพร ชุมพร 86000

วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดวันจันทร์ - พฤหัสบดี เวลา 16:30 - 21:00 น.

โทรศัพท์ : 089 796 8298

การเดินทาง : ตลาดไต้รุ่งชุมพรตั้งอยู่บนถนนกรมหลวงชุมพร เส้นตรงจากสถานีรถไฟชุมพร

เมนูแนะนำ : เมียงปลาทับทิมเผา, ผัดไทยหมูหมัก, ยำรวมทะเล

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยในประเทศไทย

วิมพ์วิภา เกตุเทียน. (2556) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวน 167 ราย พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลเอกสารนี้ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในไม่ว่าการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.80 นี้وهاและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2558) ศึกษาเรื่อง ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับ มือค้ำของ ประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร จำนวน 270 ราย และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า ประเภทของร้านอาหาร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยคุณภาพของอาหารด้านคุณค่าทางโภชนา คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 60.1 ส่วนปัจจัยคุณภาพของอาหารด้านคุณภาพทางกายภาพ ด้านคุณภาพทางประสาทสัมผัส ด้านความปลอดภัยต่อการบริโภค และคุณภาพการบริการด้านการใส่ใจลูกค้าไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของ ประชากรในกรุงเทพมหานคร

ทิวาพร สำเนียงดี. (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสั่งอาหารจาก เดอะ พิชซ่า คอมปะนี ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสั่งอาหารจาก เดอะ พิชซ่า ออนไลน์ใน กรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรอิสระคือ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยภายนอก และตัวแปรตามคือพฤติกรรมการเลือกสั่งอาหาร การวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบ เชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยสูตรโปรแกรมช่วยในการแจกแจงแบบที่ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ สถิติความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้วิธีทดสอบ LSD

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 35-42 ปี มีสถานะโสด มีรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไประดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์ และปัจจัยภายนอก ด้านคู่แข่งทางการค้าผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสั่งอาหารออนไลน์ และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจด้านปัจจัยภายนอกในการเลือกสั่งอาหารออนไลน์ เช่นกันที่ระดับ นัยสำคัญ .05

บุญชริกา ตั้งอุดมสิริ. (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) กรณีศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจ

ร้านอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) กรณีศึกษาร้าน Answer Cheeze (แอนเซอร์ชีส) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบเนื้อหาในการนำเสนอบนสื่อดิจิทัลของร้านอาหารเคลื่อนที่ แอนเซอร์ชีส 2) เปรียบเทียบประสิทธิภาพของช่องทางในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลในแต่ละช่องทางที่ใช้สื่อสารระหว่างร้านอาหารเคลื่อนที่แอนเซอร์ชีสและผู้บริโภค 3) กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่แอนเซอร์ชีส โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โปสต์ที่มีอยู่ในช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของร้าน Answer Cheeze (แอนเซอร์ชีส) ในช่วง 3 เดือนรวมทั้งหมด 44 โปสต์ แบ่งเป็นช่องทางเฟซบุ๊กจำนวน 23 โปสต์ และอินสตาแกรมจำนวน 21 โปสต์ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการร้าน 1 คน และกลุ่มผู้บริโภคทั้งหมดจำนวน 10 คน ที่เป็นผู้ติดตามหรือเป็นสมาชิกของช่องทางออนไลน์ดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบเนื้อหาที่พบมากที่สุดเป็นเนื้อหาที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ ซึ่งได้แก่การนำเสนอสินค้า หรือ อาหารที่ขาย ส่วนช่องทางในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลนั้น เฟซบุ๊ก เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับร้านอาหารเคลื่อนที่มากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจมากที่สุด และกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ Answer Cheeze (แอนเซอร์ชีส) พบว่ามีการสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านทางสินค้า (Product Marketing), กลยุทธ์การดึงดูดผู้บริโภค ด้วยภาพสินค้า, กลยุทธ์การดึงดูดผู้บริโภคด้วยคำอธิบายประกอบเนื้อหาที่นำเสนอ (Caption), กลยุทธ์การใช้ผู้บริโภคบอกต่อบนสื่อดิจิทัล, กลยุทธ์การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาที่ให้ประโยชน์ (Content Marketing) อีกทั้งมีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคของธุรกิจตนเองและมองถึงลักษณะของธุรกิจตนเองเป็นหลัก ใช้การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของธุรกิจโดยอ้างอิงจากสภาพสังคมในปัจจุบัน ปรับตัวให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงจุด อีกทั้งยังต้องศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่งและพัฒนากลยุทธ์ของตนเองอย่างสม่ำเสมอ

จุฬณี วิริยะกิจไพศาล. (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การตลาด 2) การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 3) ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 234 โรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในแบบสอบถามเกี่ยวกับ กลยุทธ์การตลาดตามแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler) และการตัดสินใจตามแนวคิดของปณิศา มีจินดา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่ามัชฌิมเลขคณิตจากมากไปหาน้อย ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ ห้ามนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่าการันตี พินิจอื่น ๆ ที่เห็นแต่เพียงผู้เดียว และต้องอ้างอิงถึงชื่อเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การตลาดด้านช่อง ทางจัดจำหน่าย กลยุทธ์การตลาดด้านราคา และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ 2) การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย เลขคณิตจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการรับรู้ความต้องการ/รับรู้ปัญหา ด้านพฤติกรรมภายหลังการเลือก ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจเลือก ตามลำดับ 3) กลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับการตัดสินใจด้านพฤติกรรมภายหลังการเลือก และกลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือก

พงศกร ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ถึงความเสี่ยง เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 240 คน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านการจัดอันดับและการวิจารณ์สินค้า ด้านความไว้วางใจ และเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ ในขณะที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านพื้นที่แสดงความคิดเห็นและชุมชนออนไลน์และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สุทธิชัย เกศยานนท์. (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม ประสบการณ์ที่ดี และการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด จำนวน 330 คน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม ประสบการณ์ที่ดี และการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 55.6

สวลี วงศ์ไชยา. (2560) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทำการศึกษาจากตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 418 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลวิจัย พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความมั่นใจใน

ตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน รายได้ต่อเดือน อายุ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการความสำเร็จ ขนาดของกิจการ และตำแหน่ง ตามลำดับ

จุฑามาศ พิรพัชระ. (2561) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และเพื่อพัฒนารูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร มี 8 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดการภายใน กลยุทธ์ การจัดการ การตลาด ค่านิยมร่วม การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์การจัดการความรู้คุณภาพการให้บริการและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และพบว่า ทั้ง 8 องค์ประกอบส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ ความรู้และเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($P < 0.05$) โดยร่วมพยากรณ์ศักยภาพทั้งสามด้าน ได้ร้อยละ 50.50 62.20 และ 49.40 ตามลำดับและ 6 องค์ประกอบส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดธุรกิจบริการและร่วมพยากรณ์ศักยภาพด้านนี้ได้ร้อยละ 52.30 รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ

วิรัชชา เขียนเอี่ยม. (2562) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือประชากรทั้งเพศชาย และหญิงที่มีอายุระหว่าง 17 ปี ถึงอายุ 36 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มช่วงอายุที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด ซึ่งมีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,5416,573 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่การปกครอง 50 เขต ของกรุงเทพมหานคร (กรมการปกครอง. สำนักบริหารการทะเบียน, 2560) ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอาศัยสูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973, p.727) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทำการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยใช้สถิติแบบทดสอบ t-test สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และใช้สถิติพหุคูณ (Multiple Regression)

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสั่งอาหารทางออนไลน์ เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 24 ปีการศึกษาปริญญาตรีสถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการคือไม่

ต้องต่อคิวสั่งอาหารที่ร้าน มากที่สุด รองลงมา ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งอาหาร มีความถี่ในการใช้บริการ 5 - 6 ครั้ง/เดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการส่วนใหญ่ เวลา 18.01 - 21.00 น. โดยจำนวนเงินในการใช้บริการ 101 - 500 บาท/ครั้ง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการใช้บริการคือโฆษณา/สื่อประชาสัมพันธ์ บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการคือตนเอง และมีเครื่องมือที่มีผลต่อการใช้บริการคือ Mobile Application รองลงมา Website และ Call Center ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสั่งอาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ และคุณภาพของการให้บริการที่มีผลต่อการสั่งอาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือ ด้านความสามารถของระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ด้านประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการความถี่ในการใช้บริการช่วงเวลาในการใช้บริการจำนวนเงินในการใช้บริการและบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการและเครื่องมือที่มีผลต่อการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 3) คุณภาพของการให้บริการด้านประสิทธิภาพด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการช่วงเวลาในการใช้บริการบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการและเครื่องมือที่มีผลต่อการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาด หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจบริการในประเทศไทย จำนวน 107 แห่ง เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

1) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านความสามารถในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดและด้านการจัดการ ชื่อเสียงองค์กรออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด

2) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านการจัดการชื่อเสียงองค์กรออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการตระหนักรู้เกี่ยวกับตราสินค้า 3) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้านความสามารถในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดและด้านการจัดการชื่อเสียงองค์กรออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย 4) การตระหนักรู้ถึงตราสินค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด และ 5) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด

2.5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

Kyndt & Baert. (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการ: การประเมินและสำหรับผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสามารถเป็นศูนย์กลางในการประสบความสำเร็จขององค์กรขนาดเล็กและกลาง คุณภาพการวัดทางจิตวิทยาไม่แปรเปลี่ยน การจัดอันดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่องและอย่างมีนัยสำคัญต่ำกว่าของผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นและมีประสบการณ์ ความเพียรและความเข้าใจในตลาดมีส่วนบวกกับการเป็นผู้ประกอบการ

Kwong. (2017) ศึกษาการให้บริการส่งอาหารถึงที่ทำออนไลน์ในมุมมองของเจ้าของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศมาเลเซีย จำนวน 12 คน ปัจจัยที่นำมาศึกษาคือ ด้านอาหาร กลยุทธ์การตลาด ด้านลูกค้าและด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า รายได้ที่เพิ่มขึ้นและความสะดวกสบายมีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการส่งอาหารถึงที่ทำออนไลน์ โดยพบว่าบริการส่งอาหารถึงที่ทำออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ต่อลูกค้า โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านการชำระเงินและความสัมพันธ์ของพนักงานน้อยที่สุด ขณะที่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพของอาหารมากที่สุดโดยผู้บริโภคไม่เกี่ยวเรื่องราคาที่สูงกว่าราคาอาหารปกติหากอาหารนั้นเป็นอาหารที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป

Sirilarbanan, Vanida. (2017) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับความยั่งยืนของธุรกิจขนาดเล็ก: กรณีศึกษาร้านอาหารไทย จากข้อมูลของ U.S. Small Business Association อัตราความล้มเหลวสำหรับธุรกิจขนาดเล็กในปี 2014 สูงถึง 50% ถึง 80% ภายใน 5 ปีแรกของการก่อตั้ง อัตราความล้มเหลวสูงเป็นพิเศษในธุรกิจร้านอาหาร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจกลยุทธ์ที่เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กจำเป็นต้องใช้เพื่อรักษาธุรกิจของตนให้อยู่รอดได้ในช่วง 5 ปีแรก การนำทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการมาใช้เป็นกรอบแนวคิดกรณีศึกษาได้ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารไทยที่ประสบความสำเร็จ 3 รายในเมืองซอลท์เลคซิตีรัฐยูทาห์ การตรวจสอบสมาชิกและการระบุตำแหน่งตามระเบียบวิธีด้วยบันทึกภาคสนามข้อมูลการสัมภาษณ์เว็บไซต์ของ บริษัท ความคิดเห็นของลูกค้าและเอกสารของรัฐบาลช่วยให้มั่นใจได้ถึงความอิมตัวทางทฤษฎีและความน่าเชื่อถือของการตีความ การใช้ธีมที่กำหนดไว้ล่วงหน้าสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลธีมทั้ง 7 จากการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อใช้ในการอ้างอิงเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารนี้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการทักษะการศึกษาและการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดและข้อได้เปรียบในการแข่งขันเครือข่ายสังคมและความสัมพันธ์ของมนุษย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมการสนับสนุนจากรัฐบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและการวางแผนทางการเงิน ผลลัพธ์หลักสองประการบ่งชี้ถึงกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ ทักษะการจัดการผู้ประกอบการและการสนับสนุนจากรัฐบาลสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก การค้นพบนี้อาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวกโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพและความยั่งยืนของเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กเพิ่มรายได้ทางธุรกิจที่สูงขึ้นมอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับพนักงานและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนและเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของสหรัฐฯ

Kantachote, Krittiya. (2018) ศึกษาเรื่อง ผู้ประกอบการไทยในลอสแอนเจลิส การศึกษานี้ศึกษาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในลอสแอนเจลิสเคาน์ตี ลอสแอนเจลิสเคาน์ตีเป็นที่ตั้งของประชากรไทยที่ใหญ่ที่สุดนอกประเทศไทยและเป็นสถานที่เดียวที่มีไทยทาวน์ในสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ผู้ประกอบการไทยประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ แต่ธุรกิจที่โดดเด่นที่สุด 2 ธุรกิจคือร้านอาหารไทยและการนวดแผนไทย วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์และมุมมองของเจ้าของธุรกิจไทยในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นคนไทยรุ่นแรกที่อยู่พหุเข้ามา การศึกษาจะศึกษาประวัติการย้ายถิ่นของเจ้าของธุรกิจไทยแรงจูงใจในการเปิดธุรกิจชาติพันธุ์การดำเนินธุรกิจกระบวนการจ้างงานการรับรู้เพศเชื้อชาติและชาติพันธุ์ในที่ทำงานกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดและแผนในอนาคต

Mohammad Waliul Hasanat. (2020) ศึกษาเรื่อง การขาดทักษะการตลาดดิจิทัล: การพัฒนารูปแบบการตลาดดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมค้าปลีก วัตถุประสงค์หลักของการศึกษาคือการหาพื้นที่ที่ล่าช้าของการตลาดดิจิทัลและพัฒนาโมเดลนักการตลาดดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมค้าปลีกมาเลเซีย ปัญหาหรือเหตุผลการวิจัยที่ได้รับการตรวจสอบในข้อตกลงเบื้องต้นให้แนวคิดเกี่ยวกับสถิติล่าช้าเกี่ยวกับความล่าช้าของทักษะดิจิทัลในอุตสาหกรรมค้าปลีกมาเลเซีย การศึกษาประกอบด้วยห้าบทที่เร่งด้วยการแนะนำและดำเนินการไปสู่ข้อสรุปหลังจากการทบทวนวรรณกรรมวิธีการและการอภิปราย ในส่วนของการแนะนำประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทักษะการตลาดดิจิทัลในมาเลเซียได้ถูกกล่าวถึง ส่วนการทบทวนวรรณกรรมยังคงให้ความสำคัญกับผลกระทบเชิงบวกของการตลาดดิจิทัลพร้อมกับการวิเคราะห์ความท้าทายที่สอดคล้องกัน ในทางกลับกันส่วนระเบียบวิธีได้แสดงวิธีการรวบรวมข้อมูลและเทคนิคการวิเคราะห์สำหรับบทความ ผลลัพธ์และการสนทนาช่วยให้ทราบถึงผลกระทบที่แตกต่างกันของการตลาดดิจิทัลและประโยชน์ของมันในตลาดปัจจุบัน สุดท้ายส่วนสรุปได้สรุปการอภิปรายทั้งหมดและให้คำแนะนำแก่อุตสาหกรรมค้าปลีกสำหรับการพัฒนารูปแบบดังกล่าวข้างต้น ข้อสังเกตที่สำคัญแสดงให้เห็นว่าการรวมองค์ประกอบที่แตกต่างกันเกี่ยวกับผู้ใช้ทักษะการตลาดดิจิทัล, ผู้เล่นรอบรู้, ผู้ประเมิน, ผู้ติดตามและผู้นำได้ถูกบรรยายผ่านแบบจำลอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้นและตัวแปรตามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

| ชื่อผู้เขียน | ชื่อเรื่อง | ตัวแปรต้น | | ตัวแปรตาม | สมมติฐาน | | |
|---------------------------------------|---|-------------------------|--------------------|--------------------------------|----------|----------|----------|
| | | ปัจจัย ส่วน บุคคล | ปัจจัย ส่งเสริม | การจัดการ ธุรกิจ ออนไลน์ | ข้อ 1 | ข้อ 2 | ข้อ 3 |
| วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556) | คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มี อิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนิน ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภุธร (2558) | ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของ อาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อ สังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านอาหารสำหรับ มื้อค่ำของ ประชากรในกรุงเทพมหานคร | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| บุญทริกา ตั้งอุดมสิริ (2559) | กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล สำหรับธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) กรณีศึกษากลยุทธ์ใน การสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับ ธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) กรณีศึกษาร้าน Answer Cheeze (แอนเซอร์ชีส) | | ✓ | ✓ | | | ✓ |
| จุฬณี วิริยะกิจ ไพศาล (2559) | กลยุทธ์การตลาดกับการตัดสินใจ เลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนกวดวิชา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอน ปลาย | | ✓ | | | | ✓ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้นและตัวแปรตามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

| ชื่อผู้เขียน | ชื่อเรื่อง | ตัวแปรต้น | | ตัวแปรตาม | สมมติฐาน | | |
|--|--|---------------------|-----------------|--------------------------------|----------|----------|----------|
| | | ปัจจัย ส่วนบุคคล | ปัจจัย เสริม | การจัดการ ธุรกิจ ออนไลน์ | ข้อ 1 | ข้อ 2 | ข้อ 3 |
| พงศกร पालกะวงศ์ ณ อยุธยา (2559) | การรับรู้ถึงความเสี่ยง เครื่องหมาย รับรองความน่าเชื่อถือและ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร | | ✓ | ✓ | | | ✓ |
| ทิวาพร สำเนียงดี (2559) | ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือก สั่งอาหารจากเดอะ พิซซา คอม ปะนี ผ่านช่องทางออนไลน์ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร | ✓ | ✓ | | | | ✓ |
| วาพร สำเนียงดี (2559) | ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือก สั่งอาหารจากเดอะ พิซซา คอม ปะนี ผ่านช่องทางออนไลน์ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ |
| สุทธิชัย เกษยานนท์ (2559) | การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมี ปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทาง สังคม ประสบการณ์ที่ดี และการ สื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการในสื่อสังคมออนไลน์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร | | ✓ | ✓ | | | ✓ |
| จุฑามาศ พิรพัชระ (2561) | รูปแบบการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้นและตัวแปรตามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

| ชื่อผู้เขียน | ชื่อเรื่อง | ตัวแปรต้น | | ตัวแปรตาม | สมมติฐาน | | |
|---------------------------------|---|---------------------|-----------------|--------------------------------|----------|----------|----------|
| | | ปัจจัย ส่วนบุคคล | ปัจจัย เสริม | การจัดการ ธุรกิจ ออนไลน์ | ข้อ 1 | ข้อ 2 | ข้อ 3 |
| สวลี วงศ์ไชยา (2561) | อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| วริษฐา เขียนเอี่ยม (2562) | บทบาทของเทคโนโลยีและ กระบวนการต่อพฤติกรรมคำสั่ง อาหารทางออนไลน์ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| จุฬารัตน์ ขันแก้ว (2562) | กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการ ดำเนินงานทางการตลาด หลักฐาน เชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการใน ประเทศไทย | | ✓ | ✓ | | | ✓ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มประเภทร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร 3) ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพรของกลุ่มประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1. รูปแบบการศึกษา
- 3.2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mix Method) โดยใช้เชิงปริมาณ (Quantitative Research) นำโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) และตามด้วยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ (Interview) และ ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า ประกอบกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสรุปผลการวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิธีการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านเท่านั้น และ การศึกษาการนำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการมาใช้ในธุรกิจออนไลน์ (Online Business) ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรจำนวน 20 ร้าน ดังรายนามต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ร้านที่ | ชื่อร้านค้า | ประเภทอาหาร |
|---------|---|---------------------|
| 1 | ร้านยายปวด | ร้านอาหารทั่วไป |
| 2 | ร้านอาหารเฮลโล่ การ์เด็น | ร้านอาหารทั่วไป |
| 3 | ร้านอาหารธนิสา | ร้านอาหารทั่วไป |
| 4 | ร้านธรรมดา Café and Eatery | ร้านอาหารทั่วไป |
| 5 | ร้านเฮลโล่ สโตน | ร้านอาหารทั่วไป |
| 6 | ครัวคุณจักร | ร้านอาหารทั่วไป |
| 7 | ครัวฝึกสด | ร้านอาหารทั่วไป |
| 8 | ครัวหนึ่งลุงชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป |
| 9 | Zaap Classic โลตัส ชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป |
| 10 | ร้าน River Terrace | ร้านอาหารทั่วไป |
| 11 | ครัวสองพี่น้อง ชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป |
| 12 | ครัวคิดเช่นต้อย | ร้านอาหารทั่วไป |
| 13 | Field Good Food & Drink ร้านอาหาร ชุมพร | ร้านอาหารทั่วไป |
| 14 | กวงเฮง ข้าวแกงปักษ์ใต้ | ร้านอาหารทั่วไป |
| 15 | ข้าวราดแกงเจ็ดตุ้ม | ร้านอาหารริมบาทวิถี |
| 16 | ผัดไทยชายน้อย | ร้านอาหารริมบาทวิถี |
| 17 | ผัดไทยไขฟูายอี่ | ร้านอาหารริมบาทวิถี |
| 18 | ย่าปุม้าชุมพร | ร้านอาหารริมบาทวิถี |
| 19 | ร้าน.แม่แดงผัดไทย-หอยทอด | ร้านอาหารริมบาทวิถี |
| 20 | น้องบิวเมียงปลาเผาทะเลคงยำทะเลสด | ร้านอาหารริมบาทวิถี |

ที่มา : ผู้วิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาอิสระ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาอิสระคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทร้านอาหารไทย ในพื้นที่ จังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) โดยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทธุรกิจ ชื่อ/สถานที่ตั้งธุรกิจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) (Five-Point Likert Scales) ดังนี้

| | |
|----------------------------|-------------------|
| ระดับความคิดเห็นมากที่สุด | กำหนดเป็น 5 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นมาก | กำหนดเป็น 4 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นปานกลาง | กำหนดเป็น 3 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อย | กำหนดเป็น 2 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด | กำหนดเป็น 1 คะแนน |

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณหาช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | แปลผล |
|-------------|----------------------------|
| 4.21 – 5.00 | ระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | ระดับความคิดเห็นมาก |
| 2.61 – 3.40 | ระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | ระดับความคิดเห็นน้อย |
| 1.00 – 1.80 | ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่ จังหวัดชุมพร

- การวางแผน (Plan)
- การจัดองค์การ (Organization)
- ภาวะผู้นำ (Leadership)
- การควบคุมกำกับ(Control)

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอาหารไทย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทร้านอาหารไทย ในพื้นที่ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอื่นได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยเป็นอย่างสูง และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาอิสระการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพรใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลจากผู้ประกอบการและกลุ่มตัวอย่างด้วยกับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของร้านผู้ประกอบการ จำนวน 20 ร้าน

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิดเพื่อศึกษาถึงลักษณะ ของกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มตัวอย่างและทราบถึงข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการในจังหวัดชุมพรด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุดกับผู้ประกอบการที่มีการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพรโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยทำการแจกแบบสอบถาม ต่อร้านอาหาร ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 3 เดือน

3.4.1.2 เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.4.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เช่น <https://www.wongnai.com>, <https://www.clubaroy.com>, <https://www.facebook.com>, <https://www.chppao.go.th/search/?ie=UTF-8&q=อาหารไทย>

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่ได้รับการตอบ ครบถ้วนสมบูรณ์แล้วทางผู้วิจัยจึงดำเนินการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

3.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ เบี่ยงเบนมาตรฐาน ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.5.2 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยว ปัจจัยส่งเสริมประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน โดยวิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนาแนะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การประมวลผลของข้อมูลแบบสอบถาม โดยพิจารณาผลเฉลี่ย ดังนี้

ความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

ความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้

ความหมายของคะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

3.5.3 การวิเคราะห์ตัวแปรทางเดียวแบบ t-test และ One-way ANOVA ทำการทดสอบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภท/ชื่อธุรกิจ สถานที่ตั้งธุรกิจ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

3.5.4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปซึ่งการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับสูงแต่หากมีค่าใกล้เคียงศูนย์ แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลยสำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้

| ค่า r | ระดับของความสัมพันธ์ |
|-------------|------------------------------------|
| 0.90 - 1.00 | มีความสัมพันธ์ต่อกันสูงมาก |
| 0.70 - 0.80 | ความสัมพันธ์ต่อกันในระดับสูง |
| 0.50 - 0.70 | มีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับปานกลาง |
| 0.30 - 0.50 | มีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับต่ำ |
| 0.00 - 0.30 | มีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับต่ำมาก |

เครื่องหมาย + , - ตัวเลขสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทาง ของความสัมพันธ์โดยที่หาก

r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์ต่อกันในทิศทางเดียวกัน

r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์ต่อกันในทิศทางตรงข้าม

3.5.5 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยกำหนดให้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร เป็นงานวิจัยเป็นงานวิจัยแบบผสม (Mix Method) โดยใช้เชิงปริมาณ (Quantitative Research) นำโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) และตามด้วยเชิงคุณภาพ (Quality Research) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร 3) ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

| | |
|----------------|---|
| N | หมายถึง จำนวนประชากร |
| S.D. | หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| \bar{X} | หมายถึง ค่าเฉลี่ย |
| F | หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution |
| Sig. | หมายถึง ระดับนัยสำคัญ หรือค่า p-value |
| B | หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ |
| Beta | หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน |
| t | หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ |
| R ² | หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ |
| Tolerance | หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน |
| VIF | หมายถึง องค์กรประกอบการขยายความแปรปรวน |
| X ₁ | หมายถึง ระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต |
| X ₂ | หมายถึง การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย |
| X ₃ | หมายถึง การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน |
| Y | หมายถึง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัด |

ชุมพร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจประเภทร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

หลังจากผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน จึงทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้อง และข้อคำถามสามารถชี้วัดตัวแปรได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค กำหนดให้ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงถือว่าตัวแปรนั้น ๆ สามารถนำไปใช้ในการประมวลผลการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไปได้ ผลการทดสอบปรากฏตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

| ตัวแปร | จำนวนข้อ | ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha |
|---|----------|-----------------------------------|
| ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ | | |
| ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | 7 | 0.932 |
| การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย | 6 | 0.875 |
| การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | 6 | 0.936 |
| การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ | | |
| การวางแผน | 6 | 0.944 |
| การจัดองค์การ | 8 | 0.951 |
| ภาวะผู้นำ | 6 | 0.945 |
| การควบคุมกำกับ | 7 | 0.973 |

จากตารางที่ 4.1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคทุกตัวแปรมากกว่า 0.70 จึงสามารถนำตัวแปรทุกตัวไปทำวิเคราะห์สถิติสำหรับงานวิจัยต่อไปได้

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจประเภทร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้งสิ้นจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจประเภทร้านอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยและสถานที่ตั้งธุรกิจ ตามตารางที่ 4.2 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| | ข้อมูลพื้นฐาน | ความถี่ | ร้อยละ |
|-----------------------|------------------------|---------|--------|
| เพศ | ชาย | 8 | 40.00 |
| | หญิง | 12 | 60.00 |
| | รวม | 20 | 100 |
| อายุ | 20 - 40 ปี | 7 | 35.00 |
| | 41 - 60 ปี | 10 | 50.00 |
| | 61 ปีขึ้นไป | 3 | 15.00 |
| | รวม | 20 | 100 |
| ระดับการศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2 | 10.00 |
| | ปริญญาตรี | 14 | 70.00 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 4 | 20.00 |
| | รวม | 20 | 100 |
| ประเภทธุรกิจร้านอาหาร | ร้านอาหารทั่วไป | 14 | 70.00 |
| | ร้านอาหารริมบาทวิถี | 6 | 30.00 |
| | รวม | 20 | 100 |
| สถานที่ตั้งธุรกิจ | อาคารของร้านอาหาร | 10 | 50.00 |
| | ในห้างสรรพสินค้า | 2 | 10.00 |
| | ในศูนย์อาหารหรือตลาด | 2 | 10.00 |
| | บริเวณฟุตบอลหรือริมถนน | 6 | 30.00 |
| | รวม | 20 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำแนกได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00
 2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ กลุ่มอายุระหว่าง 41-60 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ กลุ่มอายุระหว่าง 20 - 40 ปี มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 กลุ่มอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00
 3. ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00
- ชนิดของการค้า ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ประเภทธุรกิจร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจร้านอาหารประเภทร้านอาหารทั่วไป มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ประเภทร้านอาหารริมบาทวิถี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

5. สถานที่ตั้งธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งธุรกิจเป็นอาคารของร้านอาหาร มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ บริเวณฟุตบอลหรือริมถนน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อยู่ในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ในศูนย์อาหารหรือตลาด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต, การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน ตามตารางที่ 4.3 – 4.6 ดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต

| ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|----------------------|----------|
| 1.1 เมื่อต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ จะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก | 3.30 | 0.80 | ปานกลาง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

| ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-----------|----------------------|----------|
| 1.2 มักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ | 3.30 | 0.80 | ปานกลาง |
| 1.3 สามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต | 2.85 | 0.81 | ปานกลาง |
| 1.4 สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | 3.30 | 0.80 | ปานกลาง |
| 1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น | 3.25 | 0.72 | ปานกลาง |
| 1.6 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานสะดวก รวดเร็วขึ้น | 3.40 | 0.88 | ปานกลาง |
| 1.7 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น | 3.40 | 0.88 | ปานกลาง |
| รวม | 3.26 | 0.69 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับอยู่ในระดับปานกลาง คือ การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือ การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานสะดวก รวดเร็วขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) เมื่อต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ จะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.30) มักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.30) สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น หรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.30) การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.25) และสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.85)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย

| การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|----------------------|----------|
| 2.1 มีความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนิน | 3.45 | 0.83 | มาก |
| 2.2 มีการเรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์อยู่เสมอ | 3.45 | 0.89 | มาก |
| 2.3 มีการเพิ่มเติมทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี | 2.90 | 0.72 | ปานกลาง |
| 2.4 มีการออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ | 3.35 | 0.81 | ปานกลาง |
| 2.5 มีการอัปเดตข้อมูลของอาหารไทยทางออนไลน์อยู่เสมอ | 3.50 | 0.95 | มาก |
| 2.6 มียิงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บนธุรกิจออนไลน์ | 3.55 | 0.89 | มาก |
| รวม | 3.37 | 0.66 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ มียิงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บนธุรกิจออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ มีการอัปเดตข้อมูลของอาหารไทยทางออนไลน์อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนิน (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีการเรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.45) อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และมีการเพิ่มเติมทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 2.90)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน

| การแข่งขันทางด้านการตลาด ของธุรกิจประเภทเดียวกัน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|--------------------------|----------|
| 3.1 อาหารของร้านประกอบจากวัตถุดิบที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า | 3.40 | 0.75 | ปานกลาง |
| 3.2 ราคาอาหารของร้านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ | 3.40 | 0.82 | ปานกลาง |
| 3.3 มีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย | 3.40 | 0.82 | ปานกลาง |
| 3.4 สถานที่ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน | 3.60 | 1.10 | มาก |
| 3.5 มีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า | 3.65 | 0.99 | มาก |
| 3.6 ธุรกิจมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร | 3.55 | 0.83 | มาก |
| รวม | 3.50 | 0.78 | มาก |

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ มีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ สถานที่ประกอบการได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ธุรกิจมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.55) อยู่ในระดับปานกลาง คือ อาหารของ

ร้านประกอบจากวัตถุดิบที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) ราคาอาหารของร้านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ย 3.40)

4.3.4 การวิเคราะห์ภาพรวมปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

การวิเคราะห์ภาพรวมของปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

| ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|----------------------|----------|
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | 3.26 | 0.69 | ปานกลาง |
| 2. การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย | 3.37 | 0.66 | ปานกลาง |
| 3. การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | 3.50 | 0.78 | มาก |
| รวม | 3.38 | 0.71 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (ค่าเฉลี่ย 3.37) และด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้านที่มีต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ประกอบด้วย การวางแผน, การจัดองค์การ, ภาวะผู้นำ และการควบคุมกำกับ ตามตารางที่ 4.7 – 4.11 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.1 การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

ด้านการวางแผน

การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการวางแผน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อระดับการวางแผน ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการวางแผน

| การวางแผน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-----------|----------------------|----------|
| 1.1 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของธุรกิจก่อนเริ่มต้นการวางแผนดำเนินกิจการ | 3.70 | 0.98 | มาก |
| 1.2 ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | 3.60 | 0.94 | มาก |
| 1.3 ได้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | 3.60 | 0.82 | มาก |
| 1.4 ได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง | 3.65 | 0.88 | มาก |
| 1.5 ได้ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ | 3.85 | 0.99 | มาก |
| 1.6 ธุรกิจมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ | 3.65 | 0.93 | มาก |
| รวม | 3.68 | 0.82 | มาก |

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการวางแผน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ ได้ทบทวนและปรับปรุงธุรกิจการดำเนินกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของธุรกิจก่อนเริ่มต้นการวางแผนดำเนินกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.65) ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ได้

เอกสารนี้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่ต่ำกว่า 3.60) ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.2 การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

ด้านการจัดองค์การ

การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการจัดองค์การ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อระดับการจัดองค์การ ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการจัดองค์การ

| การจัดองค์การ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-----------|----------------------|----------|
| 2.1 มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย/แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินงานกิจการร้านอาหาร | 3.85 | 0.88 | มาก |
| 2.2 มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร | 4.00 | 0.97 | มาก |
| 2.3 มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ | 3.65 | 0.88 | มาก |
| 2.4 มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ | 3.75 | 0.91 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการจัดองค์การ

| การจัดองค์การ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|----------------------|----------|
| 2.5 มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน | 3.35 | 0.75 | ปานกลาง |
| 2.6 มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง | 3.95 | 0.94 | มาก |
| 2.7 มีการกำหนดอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน | 3.45 | 0.76 | มาก |
| 2.8 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน | 3.65 | 0.49 | มาก |
| รวม | 3.71 | 0.72 | มาก |

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการจัดองค์การ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย/แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินกิจการร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการกำหนดอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.35)

4.4.3 การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

ด้านภาวะผู้นำ

การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านภาวะผู้นำ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อระดับภาวะผู้นำ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านภาวะผู้นำ

| ภาวะผู้นำ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-----------|----------------------|----------|
| 3.1 ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว | 3.85 | 0.59 | มาก |
| 3.2 ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ | 3.70 | 0.98 | มาก |
| 3.3 ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน | 3.45 | 0.94 | มาก |
| 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี | 3.25 | 0.72 | ปานกลาง |
| 3.5 ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ | 3.85 | 0.99 | มาก |
| 3.6 ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจ | 3.90 | 0.91 | มาก |
| รวม | 3.67 | 0.77 | มาก |

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านภาวะผู้นำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ มีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.85) สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.4 การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยด้านการควบคุมกำกับ

การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการควบคุมกำกับ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อระดับการควบคุมกำกับ ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการควบคุมกำกับ

| การควบคุมกำกับ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-----------|----------------------|----------|
| 4.1 มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงาน | 3.85 | 1.04 | มาก |
| 4.2 มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัดจำหน่ายอาหาร | 3.75 | 0.97 | มาก |
| 4.3 มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ | 3.85 | 0.81 | มาก |
| 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ | 3.30 | 0.86 | ปานกลาง |
| 4.5 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน | 3.60 | 0.68 | มาก |
| 4.6 ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพ | 3.55 | 0.76 | มาก |
| 4.7 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหารท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว | 4.00 | 0.86 | มาก |
| รวม | 3.70 | 0.80 | มาก |

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ด้านการควบคุมกำกับ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญเอกสารนี้มากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหารสามารถแก้ไขได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ มีมาตรการ

ติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ปรับปรุงธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัดจำหน่ายอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ธุรกิจมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

4.4.5 การวิเคราะห์ภาพรวมการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

การวิเคราะห์การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย โดยภาพรวม ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อระดับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

| การจัดการธุรกิจออนไลน์ ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|--------------------------|----------|
| 1. การวางแผน | 3.68 | 0.82 | มาก |
| 2. การจัดองค์การ | 3.71 | 0.72 | มาก |
| 3. ภาวะผู้นำ | 3.67 | 0.77 | มาก |
| 4. การควบคุมกำกับ | 3.70 | 0.80 | มาก |
| รวม | 3.69 | 0.77 | มาก |

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการจัดองค์การ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ ด้านการควบคุมกำกับ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ด้านการวางแผน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และด้านภาวะผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจ ออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ในการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย และสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย และสถานที่ตั้งธุรกิจไม่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย และสถานที่ตั้งธุรกิจส่งผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

4.5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

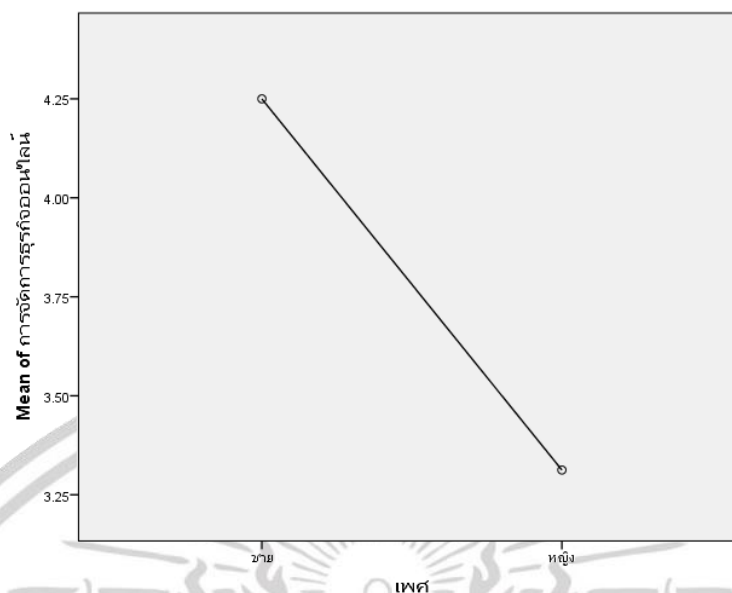
ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-Test) ปรากฏตามตารางที่ 4.12 ดังนี้

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | t | Sig. (2-tailed) |
|---------|-------|-----------|--------------------------|-------|-------|-----------------|
| 1. ชาย | 8 | 4.250 | 0.363 | 3.539 | 3.316 | 0.004** |
| 2. หญิง | 12 | 3.313 | 0.737 | | | |

** P < .01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
ที่มา : วิจัย

จากตารางที่ 4.12 และภาพที่ 4.1 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .004) โดยกลุ่มเพศชายมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.250) รองลงมาคือกลุ่มเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.313)

4.5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

ทำการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.13 – 4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| อายุ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | df | F | Sig. |
|----------------|-------|-----------|----------------------|----|-------|---------|
| 1. 20 - 40 ปี | 7 | 3.426 | 0.605 | 19 | 7.900 | 0.004** |
| 2. 41 - 60 ปี | 10 | 4.155 | 0.453 | | | |
| 3. 61 ปีขึ้นไป | 3 | 2.740 | 0.927 | | | |

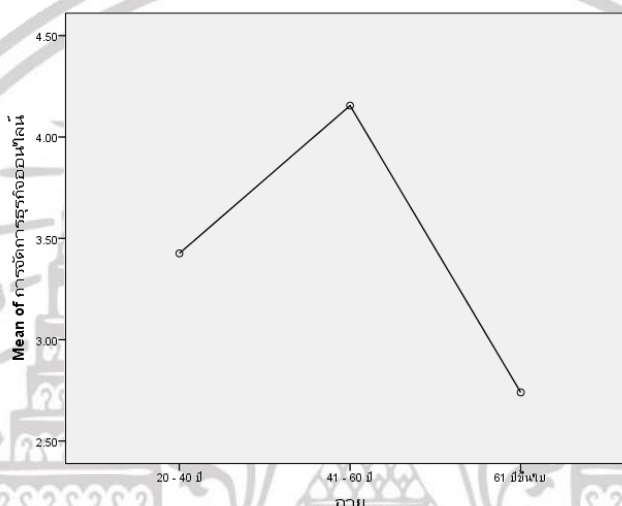
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลงไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำในเชิงพาณิชย์ด้านการค้า

** P < .01
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| อายุ | ค่าเฉลี่ย | 20-40 ปี | 41-60 ปี | 61 ปีขึ้นไป |
|-------------|-----------|----------|----------|-------------|
| 20-40 ปี | 3.426 | - | -0.729* | - |
| 41-60 ปี | 4.155 | - | - | 1.415* |
| 61 ปีขึ้นไป | 2.740 | - | - | - |

* P < .05



ภาพที่ 4.2 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
ที่มา : การวิจัย

จากตารางที่ 4.13 และภาพที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .004) โดยกลุ่มอายุระหว่าง 41-60 ปีมีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ กลุ่มอายุระหว่าง 20-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และกลุ่มอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 2.74)

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) ตามตารางที่ 14 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ กลุ่มอายุระหว่าง 41-60 ปีมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มอายุ 20-40 ปี (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 0.729) และคู่ที่ 2 คือ กลุ่มอายุ 41-60 ปีมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 1.415)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

ทำการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) ต่อไปปรากฏตามตารางที่ 4.15 – 4.16 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | df | F | Sig. |
|---------------------|-------|-----------|--------------------------|----|-------|---------|
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2 | 2.205 | 0.021 | 19 | 9.900 | 0.001** |
| 2. ปริญญาตรี | 14 | 3.720 | 0.604 | | | |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 4 | 4.315 | 0.362 | | | |

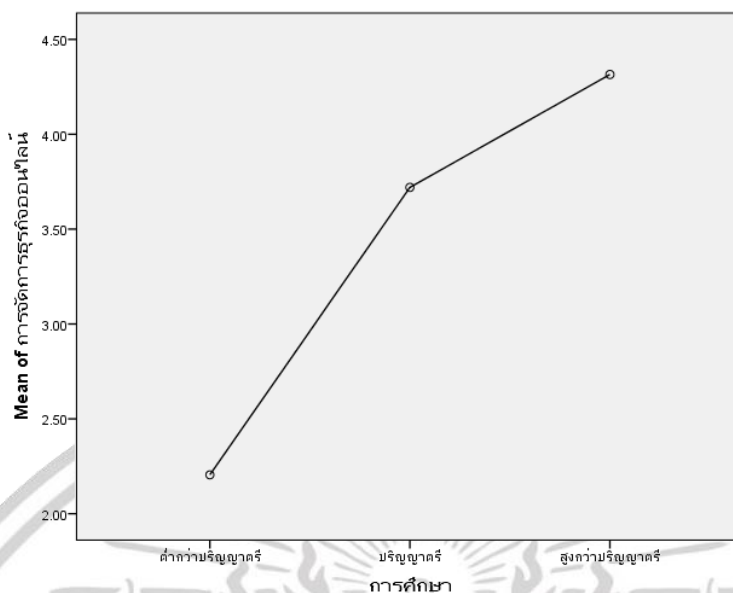
** P < .01

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| อายุ | ค่าเฉลี่ย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
|---------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2.205 | - | -1.515* | -2.110* |
| 2. ปริญญาตรี | 3.720 | -1.515* | - | -.595 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 4.315 | 2.110* | .595 | - |

* P < .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
ที่มา : การวิจัย

จากตารางที่ 4.15 และภาพที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .001) โดยกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.315) รองลงมาคือ กลุ่มระดับปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.720) และกลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.205)

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) ตามตารางที่ 16 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ กลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2.110) และคู่ที่ 2 คือ กลุ่มระดับปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 1.515)

4.5.4 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

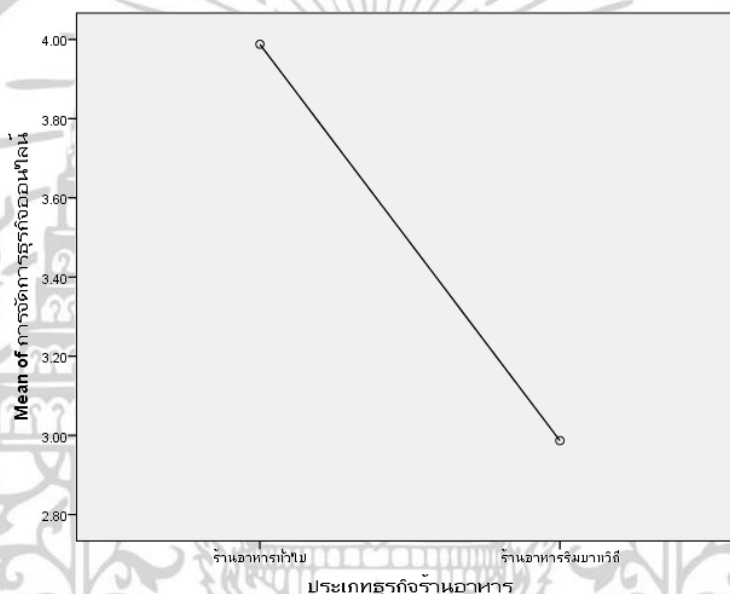
ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-Test) ปรากฏตามตารางที่ 4.17 ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทร้านอาหารไทยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| ประเภทร้านอาหารไทย | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วน | | Sig. (2-tailed) | |
|------------------------|-------|-----------|-----------|---------|-----------------|---------|
| | | | เบี่ยงเบน | มาตรฐาน | | |
| 1. ร้านอาหารทั่วไป | 14 | 3.988 | 0.610 | 0.329 | 3.311 | 0.004** |
| 2. ร้านอาหารริมบาทวีลี | 6 | 2.987 | 0.646 | | | |

** P < .01



ภาพที่ 4.4 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทร้านอาหารไทยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
ที่มา : การวิจัย

จากตารางที่ 4.17 และภาพที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทร้านอาหารไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .004) โดยกลุ่มร้านอาหารทั่วไปมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.988) รองลงมาคือกลุ่มร้านอาหารริมบาทวีลี (ค่าเฉลี่ย 2.987)

4.5.5 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

ทำการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยใช้สถิติการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.18 – 4.19 ดังนี้

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| สถานที่ตั้งธุรกิจ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ส่วน | | df | F | Sig. |
|---------------------------|-------|-----------|-----------|---------|-------|---------|------|
| | | | เบี่ยงเบน | มาตรฐาน | | | |
| 1. อาคารของร้าน อาหาร | 10 | 4.098 | 0.371 | 19 | 7.130 | 0.003** | |
| 2. ในห้างสรรพสินค้า | 2 | 4.370 | 0.212 | | | | |
| 3. ในศูนย์อาหารหรือตลาด | 2 | 3.055 | 1.181 | | | | |
| 4. บริเวณฟุตบอลหรือริมถนน | 6 | 2.987 | 0.646 | | | | |

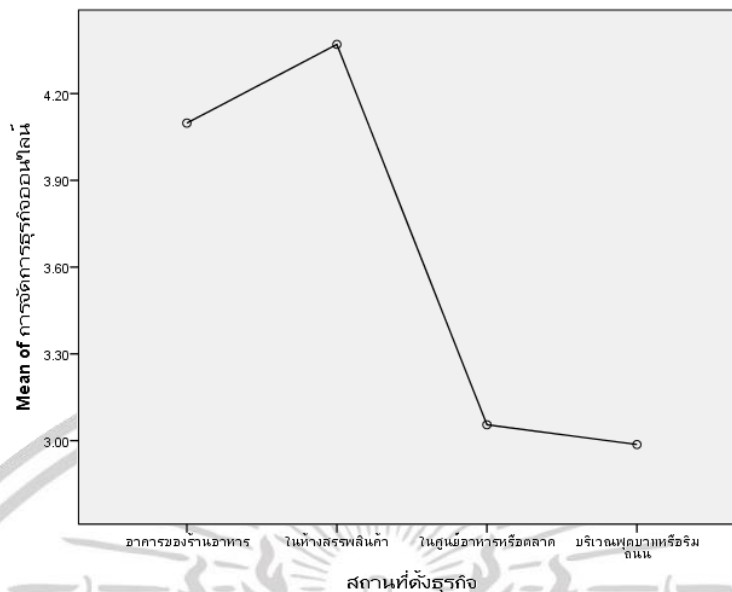
** P < .01

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| สถานที่ตั้งธุรกิจ | ค่าเฉลี่ย | อาคารของ ร้านอาหาร | ในห้าง สรรพสินค้า | ในศูนย์ อาหารหรือ ตลาด | บริเวณ ฟุตบอล/ ริมถนน |
|-------------------------|-----------|-----------------------|----------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 1. อาคารของร้านอาหาร | 4.098 | - | - | 1.043* | 1.111* |
| 2. ในห้างสรรพสินค้า | 4.370 | - | - | 1.315* | 1.383* |
| 3. ในศูนย์อาหารหรือตลาด | 3.055 | - | - | - | - |
| 4. บริเวณฟุตบอล/ริมถนน | 2.987 | - | - | - | - |

* P < .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 กราฟค่าเฉลี่ยของปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร
ที่มา : การวิจัย

จากตารางที่ 4.18 และภาพที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .003) โดย กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.370) รองลงมาคือกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในอาคารของร้านอาหารเอง (ค่าเฉลี่ย 4.098) กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารหรือตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.055) และกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่บริเวณฟุตบอลหรือริมถนน (ค่าเฉลี่ย 2.987)

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) ตามตารางที่ 19 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 4 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ กลุ่มสถานที่ตั้งในอาคารของร้านอาหารมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มสถานที่ตั้งในศูนย์อาหารหรือตลาด (มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 1.043) คู่ที่ 2 คือ กลุ่มสถานที่ตั้งในอาคารของร้านอาหารมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มสถานที่ตั้งบริเวณฟุตบอลหรือริมถนน (มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 1.111) คู่ที่ 3 คือ กลุ่มสถานที่ตั้งในห้างสรรพสินค้ามีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มสถานที่ตั้งในศูนย์อาหารหรือตลาด (มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 1.315) และคู่ที่ 4 คือ กลุ่มสถานที่ตั้งในห้างสรรพสินค้ามีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มสถานที่ตั้งบริเวณฟุตบอลหรือริมถนน (มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 1.383)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต, การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร ตามตารางที่ 4.20 ดังนี้

ตารางที่ 4.20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

| ตัวแปร | ระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต | การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ | การแข่งขันด้านการตลาด | การจัดการธุรกิจออนไลน์ |
|------------------------------|------------------------------|--------------------------|-----------------------|------------------------|
| ระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต | 1.000 | | | |
| การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ | 0.433 | 1.000 | | |
| การแข่งขันด้านการตลาด | .672** | .505* | 1.000 | |
| การจัดการธุรกิจออนไลน์ | .753** | .680** | .811** | 1.000 |

* P < .05 , ** P < .01

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วยระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต ($r = 0.753$), การแข่งขันด้านการตลาด ($r = 0.811$) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ และการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ ($r = 0.680$) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการซึ่งเป็นตัวแปรอิสระด้วยตนเอง ได้แก่ ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต, การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ระหว่าง 0.433 ถึง 0.672 ซึ่งไม่เกิน 0.8 ทำให้ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่เกิดความสัมพันธ์กันเองหรือความสัมพันธ์เชิงพหุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ในทางอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน (Multicollinearity) จึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระทุกตัวในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ (Stevens, 1996) ต่อไป

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร

ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพรสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (X_1), การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (X_2) และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน (X_3) ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

H_1 : ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (X_1), การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (X_2) และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน (X_3) มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยใช้วิธีนำตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยพร้อมกัน หรือวิธี Enter ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) ต่อเมื่อค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significant) มีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.21 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น

| R | R ² | Adjusted R ² | Std. Error | Durbin-Watson |
|-------|----------------|-------------------------|------------|---------------|
| 0.901 | 0.813 | 0.777 | 0.361 | 1.233 |

จากตารางที่ 4.21 แสดงการส่งผลระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัวกับตัวแปรตาม พบว่า ค่า $R^2 = 0.813$ หมายถึง ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต, การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันมีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 81.30

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ ANOVA

| แหล่งความแปรปรวน | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------------|----------------|----|-------------|--------|--------|
| Regression | 9.040 | 3 | 3.013 | 23.131 | .000** |
| Residual | 2.084 | 16 | .130 | | |
| Total | 11.124 | 19 | | | |

** P < .01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า Sig of F = .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายถึง มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรด้วยวิธี Enter คือนำเข้าทุกตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกันในสมการ ตามตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ของปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์

| ตัวแปร | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Collinearity Statistics | | |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------------------------|---------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance VIF | |
| | ค่าคงที่ (Constant) | -0.223 | 0.491 | | -0.455 | 0.655 | |
| X ₁ : ระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต | 0.361 | 0.165 | 0.324 | 2.194 | 0.043* | 0.536 | 1.865 |
| X ₂ : การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ | 0.372 | 0.146 | 0.323 | 2.545 | 0.022* | 0.729 | 1.372 |
| X ₃ : การแข่งขันด้านการตลาด | 0.424 | 0.152 | 0.430 | 2.788 | 0.013* | 0.492 | 2.034 |

* P < .05

จากตารางที่ 4.23 ได้ทำการทดสอบความไม่สัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Variance inflation Factor (VIF) ที่สูงที่สุดมีค่า 2.034 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.00 (ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00) และค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุดคือ 0.492 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .200 (ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า .200 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันเองซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลดังกล่าวมีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (p-value = 0.043), การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (p-value = 0.022) และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน (p-value = 0.022) ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ คือ .05 หมายถึง ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต, การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันมีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์การจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ดังนี้

$$Y = -0.223 + 0.361(X_1) + 0.372(X_2) + 0.424(X_3)$$

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้การจัดการธุรกิจออนไลน์เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.361 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้การจัดการธุรกิจออนไลน์เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.372 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ด้านการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้การจัดการธุรกิจออนไลน์เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.424 หน่วย ถ้าตัวแปรทุกตัวคงที่ หมายถึง ผู้ประกอบการไม่มีระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต ไม่มีการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ และไม่มีการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันจะทำให้ระดับการจัดการธุรกิจออนไลน์ลดลงไป 0.223 หน่วย

ผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยที่เป็นมาตรฐาน (Standardized) แล้ว พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมากที่สุด คือ ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (Beta = 0.324), การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (Beta = 0.323) และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน (Beta = 0.430) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ธุรกิจออนไลน์ ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร

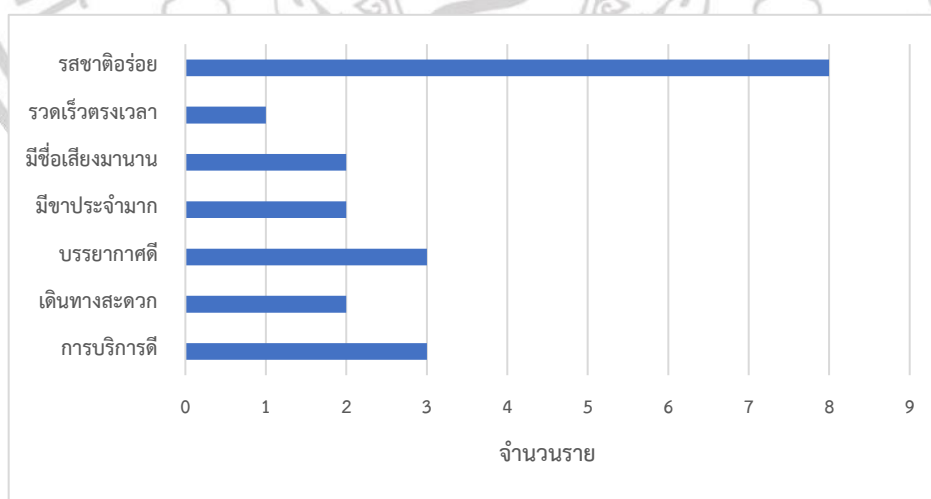
ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพรสำหรับเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน ได้ดังนี้

4.8.1 จุดแข็ง (Strengths)

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีจุดแข็ง ดังนี้

- การมีลูกค้าประจำ
- อาหารมีรสชาติอร่อยถูกปากลูกค้า แตกต่างจากรายอื่น ๆ
- มีบริการที่ดี เป็นที่ชื่นชมของลูกค้าผู้ใช้บริการ
- บรรยากาศของร้านดี ลักษณะของร้านมีความสะอาด น่าเชื่อถือ
- มีก๊วก หรือผู้ประกอบอาหารที่มีความสามารถในการปรุงอาหารให้อร่อย
- การเดินทางสะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน
- การเป็นร้านเก่าแก่มียี่ห้อ เป็นที่รู้จักของลูกค้า

เมื่อนำคำหลัก (Keyword) มาวิเคราะห์เพื่อหาน้ำหนักของความสัมพันธ์เกี่ยวกับจุดแข็งของธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ ปรากฏตามภาพที่ 4.6 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.6 จุดแข็งธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

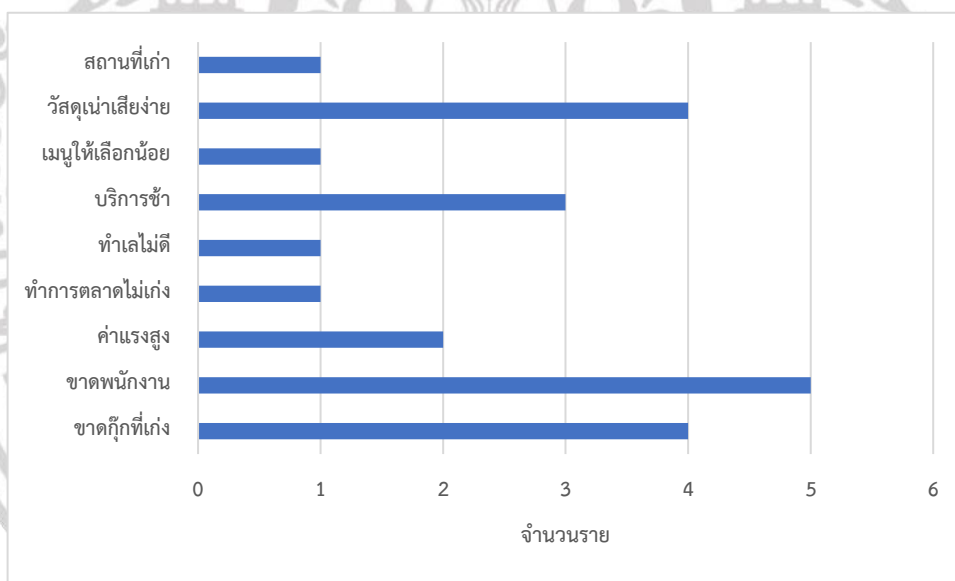
จากภาพที่ 4.6 พบว่า จุดแข็งธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีน้ำหนักมากที่สุดคือ รสชาติอร่อย (น้ำหนัก 8) รองลงมาคือ การมีบริการที่ดี และบรรยากาศดี (น้ำหนัก 3) มีชื่อเสียง มีขาประจำมาก และเดินทางสะดวก (น้ำหนัก 2) รวดเร็วตรงเวลา (น้ำหนัก 1)

4.8.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีจุดอ่อน ดังนี้

- การขาดแคลนพนักงาน ทำให้บริการเกิดความล่าช้า
- การขาดก๊ากที่มีความสามารถในการปรุงอาหารให้อร่อย
- ค่าจ้างแรงงานสูง ทำให้มีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูงขึ้น
- วัสดุที่ใช้ประกอบอาหารมักจะเน่าเสียได้ง่าย ทำให้สิ้นเปลือง
- สถานที่ของร้านริมบาทวิถีมีพื้นที่จำกัดในการให้บริการ และการปรุงอาหาร

เมื่อนำคำหลัก (Keyword) มาวิเคราะห์เพื่อหาน้ำหนักของความสัมพันธ์เกี่ยวกับจุดอ่อนของธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ ปรากฏตามภาพที่ 4.7 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.7 จุดอ่อนธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

จากภาพที่ 4.7 พบว่า จุดอ่อนธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีน้ำหนักมากที่สุดคือ ขาดพนักงาน (น้ำหนัก 5) ขาดก๊ากที่เก่ง และวัสดุเน่าเสียง่าย (น้ำหนัก 4) บริการช้า (น้ำหนัก 3) ค่าแรงสูง (น้ำหนัก 2) ทำการตลาดไม่เก่ง ทำเลไม่ดี เมนูให้เลือกน้อย และสถานที่เก่า (น้ำหนัก 1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

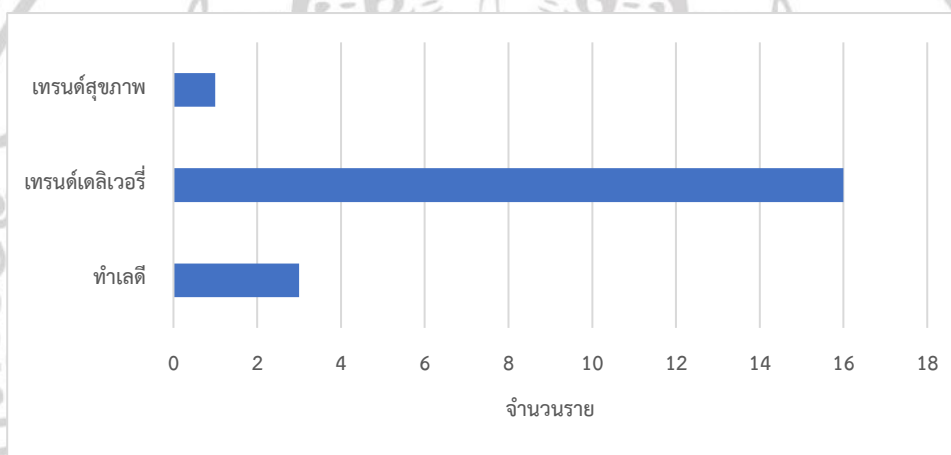
4.8.3 โอกาส (Opportunities)

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีโอกาส ดังนี้

- การมีบริการส่งอาหารออนไลน์ทำให้เพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น
- ผู้บริโภคมีความนิยมในการสั่งอาหารออนไลน์มากขึ้น
- การอยู่ใกล้แหล่งชุมชนทำให้มีโอกาสขายได้มากขึ้น
- การมีแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหารออนไลน์ทำให้สะดวก รวดเร็ว บริการ

ได้ทั่วถึง

เมื่อนำคำหลัก (Keyword) มาวิเคราะห์เพื่อหาน้ำหนักของความสัมพันธ์เกี่ยวกับโอกาสของธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ ปรากฏตามภาพที่ 4.8 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.8 โอกาสธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

จากภาพที่ 4.8 พบว่า โอกาสธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีน้ำหนักมากที่สุดคือ เทรนด์เดลิเวอรี่ (น้ำหนัก 16) ทำเลดี (น้ำหนัก 3) และเทรนด์สุขภาพ (น้ำหนัก 1)

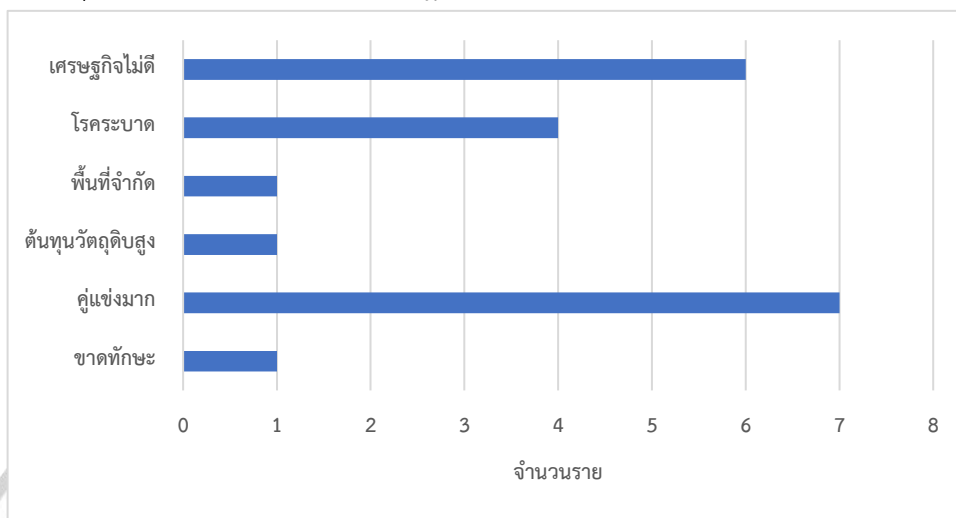
4.8.4 อุปสรรค (Threats)

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร มีอุปสรรค ดังนี้

- มีคู่แข่งมาก
- ร้านริมบาทวิถีขาดคนช่วยงานทำให้ทำงานไม่ทัน ทั้งปรุงอาหาร รับผิดชอบต่อลูกค้าไม่ทัน
- การเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ลูกค้าลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับเศรษฐกิจไม่ค่อยดี ลูกค้ามีกำลังซื้อน้อยลง ภายใต้นโยบายด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำคำหลัก (Keyword) มาวิเคราะห์เพื่อหาหน้าหนึ่งของความสำคัญเกี่ยวกับอุปสรรคของธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ ปรากฏตามภาพที่ 4.9 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.9 อุปสรรคธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

จากภาพที่ 4.9 พบว่า อุปสรรคธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีน้ำหนักมากที่สุดคือ คู่แข่งมาก (น้ำหนัก 7) รองลงมาคือ เศรษฐกิจไม่ดี (น้ำหนัก 6) โรคระบาดโควิด-19 (น้ำหนัก 4) ขาดทักษะ ต้นทุนวัตถุดิบสูง และพื้นที่จำกัด (น้ำหนัก 1)

ส่วนที่ 9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมานในข้อ 4.5 และ 4.7 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของเจ้าของธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพรมีผลต่อรูปแบบการจัดการธุรกิจออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ตามข้อ 4.5 พบว่า

1) ปัจจัยพื้นฐาน ด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ในข้อ 4.5.1 เมื่อทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐาน ด้านเพศมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ พบว่ามีค่า $p\text{-value} = .004$ ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ดังนั้น เพศที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) ปัจจัยพื้นฐาน ด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ในข้อ 4.5.2 เมื่อทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐาน ด้านอายุมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ พบว่ามี

ค่า p -value = .004 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ดังนั้น อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ปัจจัยพื้นฐาน ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ในข้อ 4.5.3 เมื่อทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐาน ด้านระดับการศึกษามีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ พบว่ามีค่า p -value = .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ดังนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) ปัจจัยพื้นฐาน ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ในข้อ 4.5.4 เมื่อทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐาน ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ พบว่ามีค่า p -value = .004 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ดังนั้น ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) ปัจจัยพื้นฐาน ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ในข้อ 4.5.5 เมื่อทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐาน ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ พบว่ามีค่า p -value = .003 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ดังนั้น สถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ว่า ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย และสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1

2. สมมติฐานข้อที่ 2 แนวทางการจัดการมีผลต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตของธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร จากการวิเคราะห์ในข้อ 4.7 ทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (p -value = 0.043), การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (p -value = 0.022) และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภท

เดียวกัน (p -value = 0.022) มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นที่มีเหตุอันสมควร และต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดที่ปรากฏในคู่มือการนำไปใช้

3. สมมติฐานข้อที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันและการขาดการจัดการเป็นส่วนหนึ่งของจุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตามข้อ 4.8 พบว่า ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพรมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร เป็นงานวิจัยเป็นงานวิจัยแบบผสม (Mix Method) โดยใช้เชิงปริมาณ (Quantitative Research) นำโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) และตามด้วยเชิงคุณภาพ (Quality Research) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานโดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

5.1 สรุป

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร จำนวน 20 ร้าน มีผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 41 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70 ประเภทธุรกิจร้านอาหาร ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 70 มีสถานที่ตั้งธุรกิจ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในตัวอาคารของร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 50

5.1.1 ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย (ค่าเฉลี่ย 3.37) และด้านระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.26)

5.1.2 การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับ อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการจัดองค์การ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ ด้านการควบคุมกำกับ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ด้านการวางแผน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และด้านภาวะผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

5.1.3 ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ดังนี้

1) ด้านเพศ พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มเพศชายมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.250) รองลงมาคือกลุ่มเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.313)

2) ด้านอายุ พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอายุระหว่าง 41-60 ปีมีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ กลุ่มอายุระหว่าง 20-40 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และกลุ่มอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 2.74) ตามลำดับ

3) ด้านการศึกษา พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.315) รองลงมาคือ กลุ่มระดับปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.720) และกลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.205)

4) ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มร้านอาหารทั่วไปมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.988) รองลงมาคือกลุ่มร้านอาหารริมบาทวิถี (ค่าเฉลี่ย 2.987)

5) ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจ พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.370) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในอาคารของร้านอาหารเอง (ค่าเฉลี่ย 4.098) กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารหรือตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.055) และกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่บริเวณฟุตบาทหรือริมถนน (ค่าเฉลี่ย 2.987)

5.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการจัดการกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วยระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต ($r = 0.753$), การแข่งขันด้านการตลาด ($r = 0.811$) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ และการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ ($r = 0.680$) มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.1.5 การวิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต ($p\text{-value} = 0.043$), การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย ($p\text{-value} = 0.022$) และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน ($p\text{-value} = 0.022$) มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมากที่สุด คือ การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันกัน ($Beta = 0.430$) รองลงมาคือ ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต ($Beta = 0.324$) และการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย ($Beta = 0.323$) ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 81.30 ($R^2 = 0.813$)

5.1.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร พบว่า มีจุดแข็งมากที่สุด คือ รสชาติอร่อย (น้ำหนัก 8) รองลงมาคือ การมีบริการที่ดี และบรรยากาศดี (น้ำหนัก 3) มีชื่อเสียง มีขาประจำมาก และเดินทางสะดวก (น้ำหนัก 2) รวดเร็วตรงเวลา (น้ำหนัก 1) มีจุดอ่อน คือ ขาดพนักงาน (น้ำหนัก 5) ขาดก๊วกที่เก่ง และวัสดุเน่าเสียง่าย (น้ำหนัก 4) บริการช้า (น้ำหนัก 3) ค่าแรงสูง (น้ำหนัก 2) ทำการตลาดไม่เก่ง ทำเลไม่ดี เมนูให้เลือกน้อย และสถานที่เก่า (น้ำหนัก 1) มีโอกาส คือ เทรนด์เดลิเวอรี่ (น้ำหนัก 16) ทำเลดี (น้ำหนัก 3) และเทรนด์สุขภาพ (น้ำหนัก 1) มีอุปสรรค คือ คู่แข่งมาก (น้ำหนัก 7) รองลงมาคือ เศรษฐกิจไม่ดี (น้ำหนัก 6) โรคระบาดโควิด-19 (น้ำหนัก 4) ขาดทักษะ ต้นทุนวัตถุดิบสูง และพื้นที่จำกัด (น้ำหนัก 1)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร ดังนี้

1) ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มเพศชายมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มเพศหญิง เนื่องจากเพศชายมักจะมีอุปนิสัยที่ชื่นชอบการแสวงหาความรู้ ชอบที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้มีความสามารถในการเรียนรู้ด้านอินเทอร์เน็ต การเรียนรู้วิธีการทำธุรกิจออนไลน์ การเรียนรู้ในการที่จะนำเอาแอปพลิเคชันมาใช้ในการทำธุรกิจออนไลน์มากกว่าเพศหญิง ส่งผลให้สามารถจัดการธุรกิจออนไลน์ให้เป็นอย่างดีได้มากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่

เอกสารนี้เปิดเผยให้สาธารณชนได้รับทราบโดยไม่สงวนลิขสิทธิ์ใดๆ และผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มอายุระหว่าง 41-60 ปีมีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอายุระหว่าง 20-40 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มอายุระหว่าง 41-60 ปี เป็นกลุ่มที่มีความรู้ มีประสบการณ์ในการทำงาน หรือการทำธุรกิจมาอย่างยาวนาน สามารถพิจารณา มองเห็นปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจได้รอบด้านมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ จึงสามารถทำการแก้ไขปัญหา ทำการปรับตัว ตลอดจนนำจุดแข็งและศักยภาพของธุรกิจที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มนี้มักจะเป็นหัวหน้าครอบครัว จึงมีความรับผิดชอบ มีความตั้งใจมุ่งมั่นทำงานให้เต็มที่ให้ประสบความสำเร็จ แม้มีอุปสรรคก็ไม่อาจท้อถอยได้ จะต้องต่อสู้ต่อไปให้ถึงที่สุด จึงทำให้กลุ่มนี้สามารถจัดการธุรกิจออนไลน์หรือธุรกิจของตนเองได้ดีที่สุดกว่ากลุ่มอื่น ส่วนกลุ่มอายุ 20-40 ปี เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถเรียนรู้และนำเอาเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ต่อการทำงานหรือต่อธุรกิจของตนเองได้อย่างดีเช่นเดียวกัน ในขณะที่กลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป อาจขาดการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เคยชินกับการปฏิบัติงานแบบเดิม ๆ ไม่ค่อยที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ อีกทั้งสภาพร่างกาย เช่น สายตา อาจเป็นอุปสรรคต่อการใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการขายอาหารออนไลน์ จึงทำให้มีการจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริษฐา เขียนเอี่ยม. (2562) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์ ที่พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์บทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์

3) ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มระดับปริญญาตรี และกลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมักจะมีความสามารถในการศึกษา เรียนรู้ข้อมูล การวิเคราะห์ วิจัยเกี่ยวกับธุรกิจได้ดีกว่ากลุ่มอื่น ทำให้สามารถที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ดีกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่มระดับปริญญาตรีก็ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่ได้ผ่านการศึกษามาอย่างดีพอสมควร มีความสามารถที่จะเรียนรู้กลยุทธ์การจัดการธุรกิจออนไลน์ สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้ดีเช่นเดียวกัน สามารถยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว จึงมีความสามารถในการจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ดี ในขณะที่กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มักจะขาดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับด้านอินเทอร์เน็ต การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถในการวิเคราะห์ ต้องอาศัยประสบการณ์หรือการเลียนแบบคนอื่นแล้วนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ จึงทำให้กลุ่มนี้จัดการธุรกิจออนไลน์ได้ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่น

4) ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านประเภทธุรกิจร้านอาหารไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มร้านอาหารทั่วไปมีระดับค่าเฉลี่ยการจัดการธุรกิจออนไลน์มากกว่ากลุ่มร้านอาหารริมบาทวิถี เนื่องจากกลุ่มร้านอาหารทั่วไปมักจะมีอาคาร และสถานที่ที่กว้างขวาง มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าร้านอาหารริมบาทวิถี อีกทั้ง สามารถรองรับการจ้างแรงงานที่มีความรู้ หรือมีความสามารถมาทำงานให้ได้มากกว่า มีความพร้อมด้านวัสดุ อุปกรณ์ อินเทอร์เน็ต สามารถออกแบบอาคารสถานที่ให้ดูน่าเชื่อถือ จึงทำให้กลุ่มนี้มีการจัดการด้านธุรกิจออนไลน์ได้ดีกว่า ในขณะที่กลุ่มร้านอาหารริมบาทวิถีมักจะมีขนาดพื้นที่ใช้สอย ไม่สามารถจ้างแรงงานมาช่วยเหลืองานได้เป็นจำนวนหลายคนได้ ระบบอินเทอร์เน็ตอาจด้อยคุณภาพ อีกทั้ง ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีบางรายต้องทำกิจกรรมหลายอย่าง ทั้งปรุงอาหาร ต้อนรับลูกค้า และกดรับออเดอร์ทางออนไลน์ การประสานงานกับไรเดอร์ที่จัดส่งอาหาร จึงทำให้กลุ่มนี้จัดการธุรกิจออนไลน์ได้ในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภุจร. (2558) ศึกษาเรื่อง ประเภทของร้านอาหารคุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของกิจการ มีความสัมพันธ์กับประเภทของร้านอาหารคุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการและสื่อสังคมออนไลน์

5) ปัจจัยพื้นฐานของเจ้าของธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้งธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีระดับค่าเฉลี่ยของการจัดการธุรกิจออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในอาคารของร้านอาหารเอง กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์อาหารหรือตลาด และกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่บริเวณฟุตบาทหรือริมถนน ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าจะมีความพร้อมทั้งด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ แรงงาน มีระบบระเบียบในการบริหารจัดการที่ชัดเจน ร้านอาหารมักจะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีทุนที่สูง ทำให้สามารถจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ดีกว่ากลุ่มอื่น รองลงมาคือ กลุ่มที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในอาคารของร้านอาหารเอง ก็มีความพร้อมในด้านอาคาร สถานที่ แรงงานด้วยเช่นเดียวกัน แต่การบริหารจัดการอาจไม่เป็นระบบระเบียบได้มากเท่ากับกลุ่มร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า ทำให้กลุ่มนี้มีความสามารถในการจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ในระดับมากเช่นเดียวกัน ในขณะที่กลุ่มร้านอาหารในศูนย์อาหารหรือในตลาด และกลุ่มร้านอาหารริมบาทวิถีหรือริมถนนมักจะเสียเปรียบในด้านพื้นที่ใช้สอย วัสดุอุปกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แรงงาน ชื่อเสียงของร้านอาหาร และความน่าเชื่อถือ ทำให้การจัดการธุรกิจออนไลน์มีระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่น

5.2.2 ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต, การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย และการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน มีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเมื่อต้องการหาข้อมูลทางธุรกิจมักจะต้องเริ่มหาข้อมูลจากทางออนไลน์เป็นลำดับแรก การที่ผู้ประกอบการพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากทางอินเทอร์เน็ต การติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต การแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจได้ ช่วยให้การดำเนินงานสะดวก รวดเร็ว และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น การติดต่อประสานงาน ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ลูกค้า พาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ และการประชาสัมพันธ์ธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้ว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบธุรกิจยังมีความสำคัญอีกด้วย เนื่องจากการมีความสามารถ ความสนใจใฝ่รู้ การเรียนรู้ การมีทักษะ การใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ทำให้สามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ได้ตามความมุ่งหมายของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมพิ์วิภา เกตุเทียน (2556) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่พบว่า ปัจจัยความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและในส่วนของการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันนั้น การที่ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็น การพยายามหาวัสดุที่มีความสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า การกำหนดราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพ การจัดอาคารสถานที่ถูกสุขอนามัย การได้รับรองคุณภาพจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน การจัดส่วนลดหรือโปรโมชั่นให้ลูกค้า การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพมาใช้ในกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหารย่อมส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ จุฑามาศ พิระพัชระ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ที่พบว่า องค์กรประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร ด้านความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารจัดการความรู้และเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kyndt & Baet (2017) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการ: การประเมินสำหรับผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นมีความสามารถต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ ความเพียรและความเข้าใจในตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสาร 5.2.3 สภาพแวดล้อมและศักยภาพธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร มีจุดแข็ง คือ อาหารมีรสชาติอร่อยถูกปาก การมีบริการที่ดี และบรรยากาศของร้านดี มี

ความสะอาด ถูกสุขอนามัย ทำให้เป็นที่น่าเชื่อถือ เป็นที่ชื่นชมของลูกค้าผู้ใช้บริการ เป็นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การเป็นร้านที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีลูกค้าประจำมาก และเดินทางสะดวกทำให้สามารถบริการส่งอาหารที่รวดเร็วตรงเวลา เป็นจุดแข็งที่ทำให้ธุรกิจออนไลน์ประสบความสำเร็จได้ ในส่วนของจุดอ่อน คือ ขาดพนักงานเนื่องจากค่าแรงสูงทำให้ขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การขาดก๊วกหรือผู้ประกอบการที่เก่ง มีความสามารถนอกจากจะทำให้อาหารไม่เป็นที่นิยมของลูกค้าแล้วยังเกิดทัศนคติเชิงลบจากการบอกต่อของลูกค้าที่ไม่ประทับใจในรสชาติอาหารอีกด้วย และวัสดุเน่าเสียง่ายทำให้หากไม่สามารถนำไปปรุงและจำหน่ายได้อย่างรวดเร็วทำให้เกิดต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น การมีเมนูให้เลือกน้อยทำให้ลูกค้าไม่ค่อยสนใจเข้ามาดูรายการอาหารของทางร้านผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ สำหรับโอกาสของธุรกิจออนไลน์ประเภทร้านอาหารไทย คือ เทรนด์เดลิเวอรี่ หรือการที่ผู้บริโภคมีความนิยมหันมาสั่งอาหารออนไลน์มากขึ้น ทำให้เพิ่มโอกาสในการพบเห็นเมนูอาหารของทางร้านผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ได้มากขึ้น การทำเลตก็เพิ่มโอกาสด้วยเช่นกันเมื่อลูกค้ามองเห็นหน้าร้านแล้วรู้สึกประทับใจก็จะไปกดสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจากที่บ้านหรือที่ทำงาน และเทรนด์สุขภาพที่มีผู้บริโภคบางส่วนเริ่มสนใจเมนูอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อบำรุงร่างกาย ส่วนอุปสรรคของธุรกิจออนไลน์ร้านอาหาร คือ การมีคู่แข่งมากในธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ต่างอยู่ในแอปพลิเคชันเดียวกัน หรือต่างแอปพลิเคชันที่ให้บริการรับส่งอาหารออนไลน์เช่นเดียวกัน นอกจากนี้แล้วอุปสรรคภายนอกที่สำคัญคือ สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ดี ผู้บริโภคขาดกำลังซื้อ ทำให้ต้องประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น การประกอบอาหารรับประทานเอง การกินอาหารที่มีราคาประหยัด และการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคเกิดความกลัว ระมัดระวังในการสัมผัส ความไม่ไว้วางใจในความสะอาดของร้านอาหารก็ส่งผลให้ยอดขายได้เช่นเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ ประกอบด้วย ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการด้านระดับความรู้ทางอินเทอร์เน็ตที่มีค่าต่ำสุด ในหัวข้อที่ 1.3 การติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.85) ที่แสดงให้เห็นถึงระดับความรู้ของผู้ประกอบการที่ความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตต่ำได้ล่าช้าและไม่ทันตามการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นในส่วนการติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยจะทำให้ผู้ประกอบการเพิ่มความสามารถในการประกอบธุรกิจได้รวดเร็วขึ้น

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการด้านระดับการเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ เอกสารนี้ในกลุ่มอาหารไทยกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการไม่ว่าการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยที่มีค่าต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 2.90) ในหัวข้อที่ 2.3 การเพิ่ม

ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก รวมถึงธุรกิจในด้านอาหารที่ผู้ประกอบการแต่ละร้านที่เรียนรู้ทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ของร้านเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นของมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม ส่งผลให้วิถีชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการด้านระดับการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยในจังหวัดชุมพรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการจัดการที่มีค่าต่ำสุด ในหัวข้อที่ 3.6 ธุรกิจมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.55) การจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือกระบวนการการจัดจำหน่ายต่อผู้บริโภคไม่ว่าเป็นด้านการจ่ายเงินของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงในด้าน e-commerce ที่เข้ามาบทบาทอย่างมากต่อผู้ประกอบการจัดระบบการให้บริการและการชำระเงินที่สร้างความประทับใจให้ผู้ใช้บริการ จัดกิจกรรมที่เป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักร้านให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของร้าน เพื่อให้สามารถแนะนำลูกค้าได้

ระดับความคิดเห็นต่อด้านการจัดการธุรกิจออนไลน์ในด้านการวางแผนที่มีค่าต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.60) ในหัวข้อที่ 1.2 การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหารกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ไม่ตระหนักถึงพฤติกรรมของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่จึงอาจทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่ถึงเป้าหมายที่วางไว้ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการศึกษาและเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคจะทำให้การบริการเข้าถึงได้และการวางแผนที่ดีจะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ระดับความคิดเห็นต่อด้านการจัดการธุรกิจออนไลน์ในด้านการจัดองค์การที่มีค่าต่ำสุดในหัวข้อที่ 2.5 การจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 3.35) การแข่งขันของธุรกิจ ร้านอาหารที่มีความรุนแรงขึ้นตามลำดับ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนำมาซึ่งความจำเป็น ในการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารผู้ประกอบการร้านอาหารควรตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จัดรายการอาหารให้มีความหลากหลาย มีภาพประกอบซึ่งจะทำให้ส่งผลต่อการบริการของผู้บริโภค

ด้านการจัดการธุรกิจออนไลน์ในด้านภาวะผู้นำที่มีค่าต่ำสุดในหัวข้อที่ 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงานและลูกค้าอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.25) ด้านความใส่ใจผู้ให้บริการไม่ว่าจะหน้าร้านหรือทางออนไลน์การให้บริการต่อผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นการทำอาหารให้ออกมามีคุณภาพน่ารับประทานและมีความใส่ใจ เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคถือว่าเป็นสิ่งสำคัญรวมถึงการเข้าใจพนักงานของร้านของพนักงานจัดส่ง ให้ความสำคัญด้านความคาดหวังต่อคุณภาพบริการกับเรื่องพนักงาน พยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้ามากที่สุดและผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านการรับรู้ต่อคุณภาพบริการกับเรื่องพนักงานรู้จักและจำลูกค้าประจำได้มากที่สุด

ด้านการจัดการธุรกิจออนไลน์ในด้านการควบคุมกำกับที่มีค่าต่ำสุดในหัวข้อที่ 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.30) คุณภาพการบริการและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยและคุณภาพของอาหาร (Food Quality) ที่เป็นลักษณะในด้านต่าง ๆ ของอาหารที่มีผลต่อความต้องการของผู้ผลิตหรือผู้บริโภคและสอดคล้องกับมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด อันประกอบไปด้วยคุณภาพทางกายภาพ (Physical Quality) เช่น ขนาด รูปร่าง ปริมาตร น้ำหนักสุทธิ และน้ำหนักของอาหาร เป็นต้น คุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Quality) เป็นคุณภาพที่สามารถรับรู้ได้โดยใช้การประเมินทางประสาทสัมผัส ซึ่งมีผลต่อการยอมรับของผู้บริโภค

ดังนั้น อิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการบริหารจัดการธุรกิจออนไลน์ของร้านอาหารผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต สามารถค้นหาข้อมูลจากทางออนไลน์ การพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากทางอินเทอร์เน็ต การติดตามข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อจะได้สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจได้ นอกจากนั้นแล้ว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจยังมีความสำคัญ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์จะต้องมีความสนใจใฝ่รู้ การเรียนรู้ การมีทักษะ การใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ เพื่อที่จะสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในส่วนของการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกันนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมีความสามารถในการแข่งขันทางด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็น การพยายามหาวัสดุที่มีความสดใหม่ มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า การกำหนดราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพ การจัดอาคารสถานที่ถูกสุขอนามัย การได้รับรองคุณภาพจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน การจัดส่วนลดหรือโปรโมชั่นให้ลูกค้า การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพมาใช้ในกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหารย่อมส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดการทางธุรกิจ การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค การปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในช่วงสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ การรับมือกับสถานการณ์โรคระบาด และทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการศึกษาย่อยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจออนไลน์กลุ่มธุรกิจอาหาร หรือธุรกิจอื่นที่ใกล้เคียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จารุณี ศรีปฏิมาธรรม.(2558). **“คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค”**. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.วารสารการสื่อสารและการจัดการ หน้าที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน)
- จุฑามาศ พีรพัชระ. (2561). **รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร**.สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- จุฬณี วิริยะกิจไพศาล. (2559). **กลยุทธ์การตลาดกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา ในโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย**. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต) (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562). **กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาด หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย**.คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ชเนศ ลักษณะพันธุ์ภักดี. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2558). **คู่มือสู่องค์การแห่งความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน
- ณัฐวุฒิ รุ่งเสถียรภูธร. (2558). **ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการ และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค่าของประชากรในกรุงเทพมหานคร**. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ตุลา มหาพสุธานนท์. (2554). **หลักการจัดการและการบริหาร**. กรุงเทพฯ : พ.ศ. พัฒนาจำกัด.
- ทิวาพร สำเนียงดี. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสั่งอาหารจาก เดอะ พิชซ่า คอมปะนี ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร** . มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด/กรุงเทพฯ.
- บุญทริกา ตั้งอุดมสิริ.(2559). **กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสำหรับธุรกิจร้านอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck)กรณีศึกษา ร้าน Answer Cheeze (แอนเซอร์ชีส)**. (การค้นคว้าอิสระนิเทศ ศาสตรมหาบัณฑิต) สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พงศกร ปาลกะวงษ์ ณ อยุธยา และนิตนา สุานิตธนกร (2559). **การรับรู้ถึงความเสี่ยง เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ (บธ.ม.)--บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วนิดา สิงห์จาวลา. (2561). **การจัดการร้านอาหาร**. การศึกษาเฉพาะบุคคล (บธ.ม.) – บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรางคณา ผลประเสริฐ. (2554). **“หน่วยที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์”** ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการบริหารโรงพยาบาล. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วริษฐา เขียนเอี่ยม (2562) .**บทบาทของเทคโนโลยีและกระบวนการต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารทางออนไลน์**. บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2550). **การพัฒนาองค์กร**. กรุงเทพฯ : บริษัทธนวิซการพิมพ์จำกัด.
- วิมลวิภา เกตุเทียน. (2556). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน).
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2558). **การบริหารจัดการที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทร์เพช
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ :ธรรมสาร
- สมยศ นาวิการ. (2559). **การบริหารเพื่อความเป็นเลิศ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : บรรณกิจสร้อยตระกูล (สิวยานนท์) อรรถมานะ. (2558). **พฤติกรรมองค์กร : ทฤษฎีและการประยุกต์**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สวลี วงศ์ไชยา (2560). **อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สาคร สุขศรีวงศ์ . (2558). **การจัดการ : จากมุมมองนกับบริหาร**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : จีพี ไชเบอร์พรินท์ .
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่จังหวัดชุมพร**. สืบค้น 7 พฤศจิกายน 2563, จาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ (nso.go.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุทธิชัย เกศยานนท์. (2559). *การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม ประสบการณ์ที่ดี และการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ (บช.ม.)--บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุรัสวดี ราชกุลชัย. (2558). *การวางแผนและการควบคุมทางการบริหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร :ธนาเพรส แอนด์ กราฟฟิค.
- องอาจ ก่อสินค้า. (2559). *ตัวแบบยุทธศาสตร์การพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพในไทยพรีเมียร์ลีกสู่การแข่งขันฟุตบอลอาชีพระดับนานาชาติ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการมหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อินวัช แก้วจำนงค์ . (2556). *หลักการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. สงขลา : นำศิลป์โฆษณา.
- ภาษาอังกฤษ**
- Bartol, K and Martin, D. (1998). *Management*. McGraw-Hill, Bostob.
- Dalf, R. (2006). *The New Era of Management: International Edition*. Ohio: Thompson.
- Drucker, P. (1979). *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*. New York: Harper and Row.
- Drucker, Peter. (2006). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. Haper Collins, New York.
- Ernst, W.G. (1998). *The dynamic planet*. New York: Columbia Univ. Press.
- Euromonitor International, May 2018. 100% *HOME DELIVERY/TAKEAWAY IN THAILAND*
- Fayol. (1916). *General and Industrial Management*. New York: Pittnans Publishing Corporation.
- Ferrell, O.C., Hirt, Geoffrey A. & Ferrell Linda. (2016). *Business: A Changing World*, (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- George, J.M., & Jones, G.R. (1999). *Understanding and Managing Organizational Behavior*. (2nd ed). Reading, MA: Addison - Wesley.
- Gulick, Luther and Lyndall Urwick. (1973). *The Science of Administration*. New York: Columbia University.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Internet World Stats. (n.d.). *The Internet Big Picture World Internet Users and 2016 Population Stats*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Kwong, G. S. (2017). *Outsourcing to online food delivery services: Perspective of F&B business owners*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2), 1-13.
- Kyndt, E., & Baert, H. (2015). *Entrepreneurial competences: Assessment and predictive value for entrepreneurship*. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 13- 25.
- Likert, R.A. (1932, May). *Technique for the Measurement of Attitudes*, *Arch Psychological*. 25(140): 1 – 55
- Mohammad Waliul. (2020). *THE LACK OF DIGITAL MARKETING SKILLS: DEVELOPING A DIGITAL MARKETER MODEL FOR THE RETAIL INDUSTRIES*. (Putra Malaysia PUTRA Business School, Hasanat University).
- Montana, B., & Charnov, H. (2000). *Management: Barron' s educational series*. New York: Business & Economics Series
- Nickels, William G., McHugh, James M. & McHugh, Susan M. (2015). *Understanding Business*, (10th ed.). Glasgow: McGraw-Hill Education (UK).
- Robbins, S. P., & DeCenzo, D. A. (2005). *Fundamentals of human resource management* (8th ed.). Hoboken: John Wiley & Sons
- Robbins, Stephen P., Cenzo, David A. De & Coulter, Mary. (2015). *Fundamentals of Management: Essential Concepts and Applications*, (9th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Rue, Leslie W. and Byars, Lloyd L. (2002). *Human resource management*. Irwin. McGraw Hill.
- Schermcrhorn, (1999). Information Sharing as an Interorganizational Activity. *Academy of Management Journal*. 21 : 148-153

ออนไลน์

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *สถิติจำนวนธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ปี 2563*. กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2563, จาก:

<https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/>

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

คลับอโรย.(2559).*ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ ร้านกวางเฮง*. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2563,เข้าถึงได้จาก <https://www.clubaroy.com/restaurant.php?restaurantId=343/>.

คลับอโรย.(2559).*ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ ร้านยายปอด*. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.clubaroy.com/restaurant.php?restaurantId=346/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/River Terrace*. สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/217331Xu-river-terrace-coffee/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ข้าวราดแกงเจ็ตัม*. สืบค้น 28 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/249297XD-ข้าวราดแกงเจ็ตัม/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ครัวคุณจักษ์*. สืบค้น 7 ธันวาคม 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/188300aA-ครัวคุณจักษ์-ชุมพร/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ครัวคุณจักษ์*. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2563,เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/188300aA-ครัวคุณจักษ์-ชุมพร/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ครัวผักสด*. สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/115364BJ-ครัวผักสด/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ครัวสองพี่น้อง*. สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2563,เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/241500UM-ครัวสองพี่น้อง/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ครัวหิ้งลุงชุมพร*. สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/115593XK-ครัวหิ้งลุงชุมพร/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ผัดไทยไข่ฟูยายอี*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/188911qr-ยายอี-ผัดไทยไข่ฟู/>.

ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ผัดไทยแม่แดง*. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2563,เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/126022je-ผัดไทยแม่แดง>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ย่าปุม้าชุมพร*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/838368HK-ย่าปุม้าชุมพร/>.
- ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ร้าน ZAAP CLASSIC*. สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/488753pS-zaap-classic-โลตัส-ชุมพร/>.
- ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ร้านเยลโล่ สโตน*. สืบค้น 7 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/27176ya-yellow-stone/>.
- ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ร้านเยลโล่การ์เด้น*. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/131309pS-เยลโล่การ์เด้น-yellow-garden/>.
- ยอด ชินสุภักกุล. (2010). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/คิดเซนต์ออย*. สืบค้น 12 ธันวาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/25218iS-คิดเซนต์ออย>.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร.(2540). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ร้านธรรมดา THAMMADAA ที่ไม่ธรรมดา*. สืบค้น 12 ธันวาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.chppao.go.th/food/detail/386/data.html/>.
- Facebook Page chainoichumphon. (2020). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ ผัดไทยขายน้อย*. สืบค้น 27 ธันวาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/chainoichumphon/>.
- Facebook Page fieldgood2021. (2020). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ Field Good Food & Drink ร้านอาหาร ชุมพร*. สืบค้น 23 ธันวาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/fieldgood2021/>.
- Facebook Page KruaTanisa. (2017). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ครัวธานีสา*. สืบค้น 12 ธันวาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/KruaTanisa/>.
- Facebook Page น้องบิวเมียงปลาเผา. (2020). *ร้านอาหารไทยจังหวัดชุมพร/ น้องบิวเมียงปลาเผา*. สืบค้น 27 ธันวาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/น้องบิวเมียงปลาเผา-142887712737388/>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระเรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และแนวทางการจัดการ ตลอดจนปัญหาหรืออุปสรรคในการจัดการของกลุ่มธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร โดยข้อมูลนี้ทางผู้วิจัยเก็บไว้เป็นความลับจะนำเสนอเฉพาะภาพรวมเท่านั้น แบบสอบถามนี้ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 40 ปี 41 – 60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย

ร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารริมบาทวิถี

5. สถานที่ตั้งธุรกิจ

อาคารของร้านอาหาร ในห้างสรรพสินค้า ในศูนย์อาหารหรือตลาด

บริเวณฟุตบอลหรือริมถนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

| ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 1.1 เมื่อท่านต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ ท่านจะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก | | | | | |
| 1.2 ท่านมักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ | | | | | |
| 1.3 ท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 1.4 ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น หรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น | | | | | |
| 1.6 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานของท่านสะดวกรวดเร็วขึ้น | | | | | |
| 1.7 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น | | | | | |
| 2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ | | | | | |
| 2.1 ความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ | | | | | |
| 2.2 มีการเรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์อยู่เสมอ | | | | | |
| 2.3 มีการเพิ่มเติมทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี | | | | | |
| 2.4 มีการออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ | | | | | |
| 2.5 มีการอัปเดตข้อมูลของอาหารไทยทางออนไลน์อยู่เสมอ | | | | | |
| 2.6 มียิงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บนธุรกิจออนไลน์ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัจจัยส่งเสริมการจัดการ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3. การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | | | | | |
| 3.1 อาหารของร้านท่านประกอบจากวัตถุดิบที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 3.2 ราคาอาหารของร้านท่านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ | | | | | |
| 3.3 มีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกลูกค้าชื่นชอบ | | | | | |
| 3.4 สถานที่ประกอบการของท่านได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน | | | | | |
| 3.5 ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า | | | | | |
| 3.6 ธุรกิจของท่านมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร | | | | | |

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

| การจัดการธุรกิจออนไลน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. การวางแผน (Plan) | | | | | |
| 1.1 ท่านได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรก่อนเริ่มดำเนินการวางแผนดำเนินกิจการ | | | | | |
| 1.2 ท่านได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | | | | | |
| 1.3 ท่านได้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | | | | | |
| 1.4 ท่านได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง | | | | | |
| 1.5 ท่านได้ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่งานวิจัยสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ขออนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| การจัดการธุรกิจออนไลน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1.6 ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ | | | | | |
| 2. การจัดองค์การ (Organization) | | | | | |
| 2.1 มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย/แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินกิจการร้านอาหาร | | | | | |
| 2.2 มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร | | | | | |
| 2.3 มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ | | | | | |
| 2.4 มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ | | | | | |
| 2.5 มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน | | | | | |
| 2.6 มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| 2.7 มีการกำหนดอัตราค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน | | | | | |
| 2.8 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน | | | | | |
| 3. ภาวะผู้นำ (Leadership) | | | | | |
| 3.1 ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว | | | | | |
| 3.2 ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 3.3 ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน | | | | | |
| 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน และลูกค้าอย่างดี | | | | | |
| 3.5 ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงทีและมีประสิทธิภาพ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| การจัดการธุรกิจออนไลน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3.6 ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน | | | | | |
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | | |
| 4.1 มีมาตรการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานกิจการ | | | | | |
| 4.2 มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัดจำหน่ายอาหาร | | | | | |
| 4.3 มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ | | | | | |
| 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ | | | | | |
| 4.5 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน | | | | | |
| 4.6 ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพ | | | | | |
| 4.7 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหารท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว | | | | | |

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอาหารไทย

1. จุดแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย มีความเห็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. จุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปดลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.โอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

4.อุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือสละเวลาตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข
หนังสือรายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๔ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อ.ภรณ์ไพลิน คุณวุฒิ

ด้วย นางสาวเพ็ญภา สังข์แก้ว รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๕๐ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวเพ็ญภา สังกข์แก้ว รหัสนักศึกษา 62205050 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชมทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

| | | |
|-------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่ายสอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่ายสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่ายไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวเพ็ญภา สังกข์แก้ว)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็นต์

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

.....
น.ส. ภรณ์ไพรัตน์ คุณวุฒิ

.....
สจล. ชุมพร

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวเพ็ญญา สังข์แก้ว
รหัสนักศึกษา 62205050
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย
ในจังหวัดชุมพร”
ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)
 ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไขตามที่ได้นำไปแก้ไข

ลงชื่อ..... อภ.ไพจิตร คุณคง
(..... น.ส. อภ.ไพจิตร คุณคง.....)
วันที่ 12 เม.ย. 64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์
(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|-----------------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | |
| 1. เพศ | ✓ | | | |
| 2. อายุ | ✓ | | | |
| 3. การศึกษา | ✓ | | | |
| 4. ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย | ✓ | | | |
| 5. สถานที่ตั้งธุรกิจ | ✓ | | | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | |
| 1.1 เมื่อท่านต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ ท่านจะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก | ✓ | | | |
| 1.2 ท่านมักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ | ✓ | | | |
| 1.3 ท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต | ✓ | | | |
| 1.4 ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | ✓ | | | |
| 1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น | ✓ | | | |
| 1.6 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานของ ท่านสะดวกรวดเร็วขึ้น | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|-------------|
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | +1 | 0 | -1 | |
| 1.7 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น | ✓ | | | |
| 2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ | | | | |
| 2.1 มีความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ออนไลน์ | ✓ | | | |
| 2.2 มีความไม่ รู้ เรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์อยู่เสมอ | ✓ | | | * ใกล้เคียง |
| 2.3 มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี | ✓ | | | |
| 2.4 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ | ✓ | | | |
| 2.5 มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งทางออนไลน์อยู่เสมอ | ✓ | | | |
| 2.6 มีความขยันมุ่งมั่นตั้งใจในการทำธุรกิจออนไลน์ | ✓ | | | |
| 3. การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | | | | |
| 3.1 อาหารของร้านท่านประกอบจากวัสดุที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า | ✓ | | | * ใกล้เคียง |
| 3.2 ราคาอาหารของร้านท่านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ | ✓ | | | |
| 3.3 มีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย | ✓ | ✗ | | |
| 3. การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | ✓ | ✗ | | |
| 3.4 สถานประกอบการของท่านได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน | ✓ | ✗ | | |
| 3.5 ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า | ✓ | ✗ | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| 3.การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | +1 | 0 | -1 | |
| 3.6 ธุรกิจของท่านมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร | ✓ | | | |

ส่วนที่ 3 การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. การวางแผน (Plan) | | | | |
| 1.1 ท่านได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรก่อนเริ่มดำเนินการวางแผนดำเนินกิจการ | ✓ | | | |
| 1.2 ท่านได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 1.3 ท่านได้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 1.4 ท่านได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง | ✓ | | | |
| 1.5 ท่านได้ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ | ✓ | | | |
| 1.6 ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ | ✓ | | | |
| 2. การจัดองค์การ (Organization) | | | | |
| 2.1 มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย/แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินกิจการร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 2.2 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร | ✓ | | | |
| 2.3 มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| 2. การจัดการ (Organization) | +1 | 0 | -1 | |
| 2.4 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ | ✓ | | | |
| 2.5 มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน | ✓ | | | |
| 2.6 มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง | ✓ | | | |
| 2.7 มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน | ✓ | | | |
| 2.8 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน | ✓ | | | |
| 3. ภาวะผู้นำ (Leadership) | | | | |
| 3.1 ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้องรวดเร็ว | ✓ | | | |
| 3.2 ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.3 ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน | ✓ | | | |
| 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงานและลูกค้าอย่างดี | ✓ | | | |
| 3.5 ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.6 ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน | ✓ | | | |
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | |
| 4.1 มีมาตรการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานกิจการ | ✓ | | | |
| 4.2 มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัดจำหน่ายอาหาร | ✓ | | | |
| 4.3 มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงกลยุทธ์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | |
| 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ | ✓ | | | |
| 4.5 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน | ✓ | | | |
| 4.6 ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพ | ✓ | | | |
| 4.7 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหาร ท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว | ✓ | | | |

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอาหารไทย

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. จุดแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 2. จุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 3. โอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 4. อุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.ชญญาภัค หล้าแหล่ง

ด้วย นางสาวเพ็ญนภา สังข์แก้ว รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๕๐ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอกความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์


(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวเพ็ญภา สังกข์แก้ว
รหัสนักศึกษา 62205050
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย
ในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

1. ชื่อเรื่องกับเนื้อหาไม่สอดคล้อง สั้นสั้น
2. งานวิจัยต้องการศึกษาอะไร กรอบแนวคิดกับวัตถุประสงค์การวิจัยไม่สอดคล้องกัน
3. กรอบตัวแปรตามที่ระบุว่าเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นไม่ถูกต้อง เป็นแค่ทฤษฎีการจัดการ ไม่ใช่การจัดการเชิงกลยุทธ์ ไปศึกษาให้ดี ๆ นะคะ
4. งานวิจัยนี้มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพใช่หรือไม่ ในส่วนของ SWOT จะเก็บข้อมูลและวิเคราะห์อย่างไร
5. ข้อคำถามกับหัวข้อหรือตัวแปรไม่สอดคล้องกันตามที่ได้อธิบาย

ลงชื่อ.....

(...ผศ.ดร. ชัญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง.....)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวเพ็ญภา สัจจ์แก้ว รหัสนักศึกษา 62205050 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวเพ็ญภา สัจจ์แก้ว)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็นต์

ผู้ทรงคุณวุฒิรศ.ดร.ชัยภูมิก หล้าแหล่ง.....

หน่วยงานสจล.ชุมพร.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|-----------------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | |
| 1. เพศ | ✓ | | | |
| 2. อายุ | ✓ | | | |
| 3. การศึกษา | ✓ | | | |
| 4. ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย | ✓ | | | |
| 5. สถานที่ตั้งธุรกิจ | ✓ | | | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|---|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | หัวข้อควรเป็นระดับการหาความรู้หรือใช้ประโยชน์ทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าเพราะข้อ |
| 1.1 เมื่อท่านต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ ท่านจะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก | ✓ | | | คำถามเกือบทุกข้อเป็นการถามเพื่อทราบระดับการหาความรู้การใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลรีโมด |
| 1.2 ท่านมักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ | ✓ | | | |
| 1.3 ท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต | ✓ | | | |
| 1.4 ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | ✓ | | | |
| 1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น | ✓ | | | |
| 1.6 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานของ ท่านสะดวกรวดเร็วขึ้น | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|-------------------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | |
| 1.7 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น | ✓ | | | |
| 2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ | | | | หัวข้อคือ |
| 2.1 มีความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ออนไลน์ | | ✓ | | เข้าใจธุรกิจออนไลน์ แต่ |
| 2.2 มีความใฝ่รู้เรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์ อยู่เสมอ | | | ✓ | ข้อคำถามไม่ได้ถาม |
| 2.3 มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี | | | ✓ | เกี่ยวกับระดับ |
| 2.4 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ | | | ✓ | ความเข้าใจ |
| 2.5 มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งผ่านทางออนไลน์อยู่เสมอ | | | ✓ | ธุรกิจออนไลน์ |
| 2.6 มีความขยันมุ่งมั่นตั้งใจในการทำธุรกิจออนไลน์ | | | ✓ | เลย ลองไป |
| 3.การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | | | | ทบทวนแล้ว |
| 3.1 อาหารของร้านท่านประกอบจากวัสดุที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า | | ✓ | | ปรับแก้ดูนะ |
| 3.2 ราคาอาหารของร้านท่านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ | | ✓ | | |
| 3.3 มีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย | | ✓ | | |
| 3. การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | | ✓ | | |
| 3.4 สถานประกอบการของท่านได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน เมื่อเทียบกับคู่แข่ง | ✓ | | | สอดคล้องกับ |
| 3.5 ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า | ✓ | | | หัวข้อการ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 3.6 ธุรกิจของท่านมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร | | ✓ | | |

ส่วนที่ 3 การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|--|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. การวางแผน (Plan) | | | | สอดคล้องกับหัวข้อการแข่งขันทางการตลาด มัยประเด็นที่ถามคือการแข่งขันด้านการตลาด |
| 1.1 ท่านได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรก่อนเริ่มต้นการวางแผนดำเนินกิจการ | ✓ | | | มัย??คะ |
| 1.2 ท่านได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 1.3 ท่านได้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 1.4 ท่านได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง | ✓ | | | |
| 1.5 ท่านได้ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ | ✓ | | | |
| 1.6 ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ | ✓ | | | |
| 2. การจัดองค์การ (Organization) | | | | |
| 2.1 มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย/แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินกิจการร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 2.2 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร | ✓ | | | |
| 2.3 มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 2. การจัดการ (Organization) | | | | |
| 2.4 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ | ✓ | | | |
| 2.5 มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน | ✓ | | | |
| 2.6 มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง | ✓ | | | |
| 2.7 มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน | ✓ | | | |
| 2.8 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน | ✓ | | | |
| 3. ภาวะผู้นำ (Leadership) | | | | |
| 3.1 ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้องรวดเร็ว | ✓ | | | |
| 3.2 ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.3 ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน | ✓ | | | |
| 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงานและลูกค้าอย่างดี | ✓ | | | |
| 3.5 ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.6 ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน | ✓ | | | |
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | |
| 4.1 มีมาตรการติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน | ✓ | | | |
| 4.2 มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัด | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| จำหน้าอาหาร | | | | |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4.3 มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ | ✓ | | | |
| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | ✓ | | | |
| 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ | ✓ | | | |
| 4.5 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน | ✓ | | | |
| 4.6 ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพ | ✓ | | | |
| 4.7 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหารท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอาหารไทย

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. จุดแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 2. จุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 3. โอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 4. อุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์

ด้วย นางสาวเพ็ญภา สันข์แก้ว รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๕๐ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามเจ้าของธุรกิจประเภทอาหารไทย การจัดการเชิงกลยุทธ์ ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์


(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวเพ็ญภา สัจข์แก้ว รหัสนักศึกษา 62205050 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

| | | |
|---------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวเพ็ญภา สัจข์แก้ว)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

(ลายเซ็น)
ดร.กวีร์ สัจข์แก้ว
รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ ค.ศ.ค.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวเพ็ญภา สัจข์แก้ว
รหัสนักศึกษา 62205050
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย
ในจังหวัดชุมพร”
ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)
 ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

1. เริ่ม 25 พฤศจิกายน 2564 1.2 ไม่เหมาะสม 2.
2. เริ่ม 6 ธันวาคม 2564 1.1 ไม่เหมาะสม 3.

ลงชื่อ.....
(*ดร.จิร: พลพ.เชษฐ์*)
วันที่ 27/4/64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์
(Testability of Item Variable Congruence Index)
เรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|-----------------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | |
| 1. เพศ | ✓ | | | |
| 2. อายุ | ✓ | | | |
| 3. การศึกษา | ✓ | | | |
| 4. ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย | ✓ | | | |
| 5. สถานที่ตั้งธุรกิจ | ✓ | | | |

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการเชิงกลยุทธ์

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | |
| 1.1 เมื่อท่านต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ ท่านจะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก | ✓ | | | |
| 1.2 ท่านมักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจาก <u>ทาง</u> อินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ | | ✓ | | |
| 1.3 ท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต | ✓ | | | |
| 1.4 ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | ✓ | | | |
| 1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น | ✓ | | | |
| 1.6 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานของ ท่านสะดวกรวดเร็วขึ้น | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | |
| 1.7 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น | ✓ | | | |
| 2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ | | | | |
| 2.1 มีความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ออนไลน์ | ✓ | | | |
| 2.2 มีความใฝ่รู้เรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์ อยู่เสมอ | ✓ | | | |
| 2.3 มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี | ✓ | | | |
| 2.4 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ | ✓ | | | |
| 2.5 มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งทางออนไลน์อยู่เสมอ | ✓ | | | |
| 2.6 มีความขยันมุ่งมั่นตั้งใจในการทำธุรกิจออนไลน์ | ✓ | | | |
| 3.การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | | | | |
| 3.1 อาหารของร้านท่านประกอบจากวัสดุที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า | ✓ | | | |
| 3.2 ราคาอาหารของร้านท่านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ | ✓ | | | |
| 3.3 มีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย | ✓ | | | |
| 3.4 สถานที่ประกอบการของท่านได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน | ✓ | | | |
| 3.5 ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| 3.การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | +1 | 0 | -1 | |
| 3.6 ธุรกิจของท่านมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร | ✓ | | | |

ส่วนที่ 3 การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. การวางแผน (Plan) | | | | |
| 1.1 ท่านได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรก่อนเริ่มดำเนินการวางแผนดำเนินการ <i>วางแผน</i> | | ✓ | | |
| 1.2 ท่านได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 1.3 ท่านได้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 1.4 ท่านได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง | ✓ | | | |
| 1.5 ท่านได้ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินการกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ | ✓ | | | |
| 1.6 ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ | ✓ | | | |
| 2. การจัดองค์การ (Organization) | | | | |
| 2.1 มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย/แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินการร้านอาหาร | ✓ | | | |
| 2.2 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร | ✓ | | | |
| 2.3 มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|-----------|----------|-------------|------------|
| 2. การจัดองค์การ (Organization) | +1 | 0 | -1 | |
| 2.4 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ | ✓ | | | |
| 2.5 มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน | ✓ | | | |
| 2.6 มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง | ✓ | | | |
| 2.7 มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน | ✓ | | | |
| 2.8 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน | ✓ | | | |
| 3. ภาวะผู้นำ (Leadership) | | | | |
| 3.1 ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้องรวดเร็ว | ✓ | | | |
| 3.2 ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.3 ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน | ✓ | | | |
| 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงานและลูกค้าอย่างดี | ✓ | | | |
| 3.5 ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที่และมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.6 ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน | ✓ | | | |
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | |
| 4.1 มีมาตรการติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน | ✓ | | | |
| 4.2 มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัดจำหน่ายอาหาร | ✓ | | | |
| 4.3 มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงกลยุทธ์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | |
| 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ | ✓ | | | |
| 4.5 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน | ✓ | | | |
| 4.6 ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพ | ✓ | | | |
| 4.7 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหาร ท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว | ✓ | | | |

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอาหารไทย

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. จุดแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 2. จุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 3. โอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |
| 4. อุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

1.ค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในจังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|---|-----------------------------|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจออนไลน์ของธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | ข้อมูลทั่วไป | | | | | |
| | 1. เพศ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2. อายุ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3. การศึกษา | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4. ประเภทธุรกิจร้านอาหารไทย | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 5. สถานที่ตั้งธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการ

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|--|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 1. ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| | 1.1 เมื่อท่านต้องการทราบข้อมูลทางธุรกิจ ท่านจะเริ่มหาข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นลำดับแรก | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 1.2 ท่านมักจะพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการ (ต่อ)

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ | |
|--|---|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|--|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 1.3 ท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ต | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | |
| | 1.4 ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | |
| | 1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นได้มากขึ้น | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | |
| | 1.6 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้การทำงานของ ท่านสะดวกรวดเร็วขึ้น | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | |
| | 1.7 การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นสะดวกขึ้น | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | |
| | 2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ | | | | | | |
| | 2.1 มีความสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ | |
| 2.2 มีการเรียนรู้เพื่อหาข้อมูลทางสื่อออนไลน์อยู่เสมอ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | | |
| 2.3 มีการเพิ่มเติมทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | | |
| 2.4 มีการออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | | |
| 2.5 มีการอัปเดตข้อมูลของอาหารไทยทางออนไลน์อยู่เสมอ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | | |
| 2.6 มียิงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บนธุรกิจออนไลน์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสวงนเวลาหรับการเชงงานเพอการศึกษาแทนน ไมออนุญาตเนาไปเชประยชนดานการคา

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมการจัดการ (ต่อ)

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|--|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 3.การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน | | | | | |
| | 3.1 อาหารของร้านท่านประกอบจากวัตถุดิบที่มีความสดใหม่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของลูกค้า | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| | 3.2 ราคาอาหารของร้านท่านมีความเหมาะสมกับคุณภาพ | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| | 3.3 มีสถานที่ประกอบอาหารที่ถูกสุขอนามัย | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| | 3.4 สถานที่ประกอบการของท่านได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรับรองคุณภาพของภาครัฐหรือเอกชน เมื่อเทียบกับคู่แข่ง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.5 ท่านมีส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือโปรโมชั่นให้กับลูกค้า | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.6 ธุรกิจของท่านมีการจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการประกอบและจัดจำหน่ายอาหาร | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|---|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 1. การวางแผน (Plan) | | | | | |
| | 1.1 ท่านได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรก่อนเริ่มต้นการวางแผนดำเนินกิจการ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 1.2 ท่านได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 1.3 ท่านได้ประมาณการความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจร้านอาหาร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 1.4 ท่านได้เปรียบเทียบธุรกิจของตนเองกับธุรกิจของคู่แข่ง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 1.5 ท่านได้ทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินกิจการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 1.6 ธุรกิจของท่านมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย (ต่อ)

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|---|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 2. การจัดการ (Organization) | | | | | |
| | 2.1 มีการจัดตั้งทีมงาน/ฝ่าย / แผนกขึ้นมาดูแลรับผิดชอบการดำเนินกิจการร้านอาหาร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.2 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบในการประกอบอาหาร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.3 มีบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมในการสนับสนุนการบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.4 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์การขยายฐานลูกค้าทางสื่อออนไลน์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.5 มีการจัดโครงสร้างของร้านอาหารอย่างชัดเจน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.6 มีการพัฒนาบุคลากรของร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.7 มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานอย่างชัดเจน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2.8 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย (ต่อ)

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|--|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 3. ภาวะผู้นำ (Leadership) | | | | | |
| | 3.1 ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการอย่างถูกต้องรวดเร็ว | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.2 ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งในและนอกร้านอย่างมีประสิทธิภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.3 ผู้ประกอบการสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.4 ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงานและลูกค้าอย่างดี | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.5 ท่านสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที่และมีประสิทธิภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3.6 ท่านมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในความสำเร็จของธุรกิจของท่าน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | | |
| | 4.1 มีมาตรการติดตามตรวจสอบผลการดำเนินงาน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4.2 มีมาตรการประเมินผลการดำเนินการจัดจำหน่ายอาหาร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย (ต่อ)

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|--|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 4. การควบคุมกำกับ (Control) | | | | | |
| | 4.3 มีมาตรการประเมินผลการจัดส่งอาหารออนไลน์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4.4 มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4.5 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานให้กับบุคลากรทราบและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐาน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4.6 ธุรกิจของท่านมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการประกอบอาหารทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้ อาหารที่มีคุณภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4.7 เมื่อมีปัญหาในกระบวนการประกอบอาหารท่านสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถดำเนินงานต่อได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทอาหารไทย

| วัตถุประสงค์ | คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|---|---------------------|-----------|-----------|---------|--------------|
| | | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 3. เพื่อศึกษาจุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาสและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทย ในพื้นที่จังหวัดชุมพร | 1. จุดแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 2. จุดอ่อนของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 3. โอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| | 4. อุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจประเภทอาหารไทยมีความเห็นอย่างไรบ้าง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

หมายเหตุ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 พิจารณาปรับปรุงหรือคัดเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง
ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| .986 | 46 |

Scale: ระดับความรู้ทางด้านอินเทอร์เน็ต

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale: การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอาหารไทย

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Scale: การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจประเภทเดียวกัน

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale: การวางแผน

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale: การจัดการองค์การ

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale: ภาวะผู้นำ

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Scale: การควบคุมกำกับ

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Scale: การจัดการเชิงกลยุทธ์ธุรกิจออนไลน์

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 20 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 20 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Statistics

| | | ประเภทธุรกิจ | | | | |
|---|---------|--------------|------|----------|-----------|-------------------|
| | | เพศ | อายุ | การศึกษา | ร้านอาหาร | สถานที่ตั้งธุรกิจ |
| N | Valid | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Frequency Table

| | | เพศ | | Valid | Cumulative |
|-------|------|-----------|---------|---------|------------|
| | | Frequency | Percent | Percent | Percent |
| Valid | ชาย | 8 | 40.0 | 40.0 | 40.0 |
| | หญิง | 12 | 60.0 | 60.0 | 100.0 |
| Total | | 20 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 20 - 40 ปี | 7 | 35.0 | 35.0 | 35.0 |
| 41 - 60 ปี | 10 | 50.0 | 50.0 | 85.0 |
| 61 ปีขึ้นไป | 3 | 15.0 | 15.0 | 100.0 |
| Total | 20 | 100.0 | 100.0 | |

การศึกษา

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2 | 10.0 | 10.0 | 10.0 |
| ปริญญาตรี | 14 | 70.0 | 70.0 | 80.0 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 4 | 20.0 | 20.0 | 100.0 |
| Total | 20 | 100.0 | 100.0 | |

ประเภทธุรกิจร้านอาหาร

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid ร้านอาหารทั่วไป | 14 | 70.0 | 70.0 | 70.0 |
| ร้านอาหารริมบาทวิถี | 6 | 30.0 | 30.0 | 100.0 |
| Total | 20 | 100.0 | 100.0 | |

สถานที่ตั้งธุรกิจ

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid อาคารของร้านอาหาร | 10 | 50.0 | 50.0 | 50.0 |
| ในห้างสรรพสินค้า | 2 | 10.0 | 10.0 | 60.0 |
| ในศูนย์อาหารหรือตลาด | 2 | 10.0 | 10.0 | 70.0 |
| บริเวณฟุตบอลหรือริมถนน | 6 | 30.0 | 30.0 | 100.0 |
| Total | 20 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาคู่เท่านั้น มิอนุญาตให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptives

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|----------------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| ระดับความรู้1 | 20 | 2 | 5 | 3.30 | .801 |
| ระดับความรู้2 | 20 | 2 | 5 | 3.30 | .801 |
| ระดับความรู้3 | 20 | 1 | 4 | 2.85 | .813 |
| ระดับความรู้4 | 20 | 2 | 5 | 3.30 | .801 |
| ระดับความรู้5 | 20 | 2 | 4 | 3.25 | .716 |
| ระดับความรู้6 | 20 | 2 | 5 | 3.40 | .883 |
| ระดับความรู้7 | 20 | 2 | 5 | 3.40 | .883 |
| ระดับความรู้ด้าน อินเทอร์เน็ต | 20 | 2.00 | 4.29 | 3.2580 | .68739 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ1 | 20 | 2 | 5 | 3.45 | .826 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ2 | 20 | 2 | 5 | 3.45 | .887 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ3 | 20 | 2 | 4 | 2.90 | .718 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ4 | 20 | 2 | 5 | 3.35 | .813 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ5 | 20 | 2 | 5 | 3.50 | .946 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ6 | 20 | 2 | 5 | 3.55 | .887 |
| การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ | 20 | 2.17 | 4.33 | 3.3665 | .66448 |
| การแข่งขัน1 | 20 | 2 | 4 | 3.40 | .754 |
| การแข่งขัน2 | 20 | 2 | 5 | 3.40 | .821 |
| การแข่งขัน3 | 20 | 2 | 5 | 3.40 | .821 |
| การแข่งขัน4 | 20 | 2 | 5 | 3.60 | 1.095 |
| การแข่งขัน5 | 20 | 2 | 5 | 3.65 | .988 |
| การแข่งขัน6 | 20 | 2 | 5 | 3.55 | .826 |
| การแข่งขันด้านการตลาด | 20 | 2.17 | 4.50 | 3.5000 | .77604 |
| การวางแผน1 | 20 | 2 | 5 | 3.70 | .979 |
| การวางแผน2 | 20 | 2 | 5 | 3.60 | .940 |
| การวางแผน3 | 20 | 2 | 5 | 3.60 | .821 |
| การวางแผน4 | 20 | 2 | 5 | 3.65 | .875 |
| การวางแผน5 | 20 | 2 | 5 | 3.85 | .988 |

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | |
|------------------------|----|------|------|--------|--------|
| การวางแผน6 | 20 | 2 | 5 | 3.65 | .933 |
| การวางแผน | 20 | 2.00 | 4.83 | 3.6755 | .81645 |
| การจัดองค์การ1 | 20 | 2 | 5 | 3.85 | .875 |
| การจัดองค์การ2 | 20 | 2 | 5 | 4.00 | .973 |
| การจัดองค์การ3 | 20 | 2 | 5 | 3.65 | .875 |
| การจัดองค์การ4 | 20 | 2 | 5 | 3.75 | .910 |
| การจัดองค์การ5 | 20 | 2 | 5 | 3.35 | .745 |
| การจัดองค์การ6 | 20 | 2 | 5 | 3.95 | .945 |
| การจัดองค์การ7 | 20 | 2 | 4 | 3.45 | .759 |
| การจัดองค์การ8 | 20 | 3 | 4 | 3.65 | .489 |
| การจัดองค์การ | 20 | 2.25 | 4.63 | 3.7095 | .72081 |
| ภาวะผู้นำ1 | 20 | 2 | 5 | 3.85 | .587 |
| ภาวะผู้นำ2 | 20 | 2 | 5 | 3.70 | .979 |
| ภาวะผู้นำ3 | 20 | 2 | 5 | 3.45 | .945 |
| ภาวะผู้นำ4 | 20 | 2 | 4 | 3.25 | .716 |
| ภาวะผู้นำ5 | 20 | 2 | 5 | 3.85 | .988 |
| ภาวะผู้นำ6 | 20 | 2 | 5 | 3.90 | .912 |
| ภาวะผู้นำ | 20 | 2.17 | 4.67 | 3.6680 | .76804 |
| การควบคุมกำกับ1 | 20 | 2 | 5 | 3.85 | 1.040 |
| การควบคุมกำกับ2 | 20 | 2 | 5 | 3.75 | .967 |
| การควบคุมกำกับ3 | 20 | 2 | 5 | 3.85 | .813 |
| การควบคุมกำกับ4 | 20 | 2 | 5 | 3.30 | .865 |
| การควบคุมกำกับ5 | 20 | 2 | 4 | 3.60 | .681 |
| การควบคุมกำกับ6 | 20 | 2 | 4 | 3.55 | .759 |
| การควบคุมกำกับ7 | 20 | 2 | 5 | 4.00 | .858 |
| การควบคุมกำกับ | 20 | 2.14 | 4.71 | 3.7000 | .79874 |
| การจัดการธุรกิจออนไลน์ | 20 | 2.19 | 4.67 | 3.6875 | .76517 |
| Valid N (listwise) | 20 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

T-Test

Group Statistics

| เพศ | N | Mean | Std. | |
|------|----|--------|-----------|-----------------|
| | | | Deviation | Std. Error Mean |
| ชาย | 8 | 4.2500 | .36336 | .12847 |
| หญิง | 12 | 3.3125 | .73739 | .21287 |

Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|------------------------|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|---------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| การจัดการธุรกิจออนไลน์ | Equal variances assumed | 3.539 | .076 | 3.316 | 18 | .004 | .93750 | .28271 | .34355 | 1.53145 |
| | Equal variances not assumed | | | 3.771 | 16.941 | .002 | .93750 | .24863 | .41280 | 1.46220 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Oneway

Descriptives

การจัดการธุรกิจออนไลน์

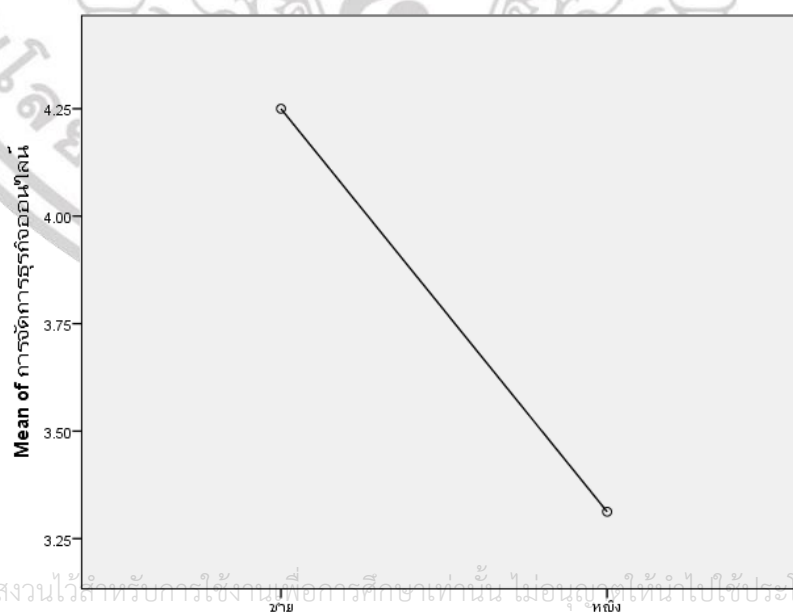
| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|-------|----|--------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| ชาย | 8 | 4.2500 | .36336 | .12847 | 3.9462 | 4.5538 | 3.81 | 4.67 |
| หญิง | 12 | 3.3125 | .73739 | .21287 | 2.8440 | 3.7810 | 2.19 | 4.33 |
| Total | 20 | 3.6875 | .76517 | .17110 | 3.3294 | 4.0456 | 2.19 | 4.67 |

ANOVA

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Between Groups | 4.219 | 1 | 4.219 | 10.997 | .004 |
| Within Groups | 6.905 | 18 | .384 | | |
| Total | 11.124 | 19 | | | |

Means Plots



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานในโอกาสการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องยกย่องถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Oneway

Descriptives

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|-------------|----|--------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| 20 - 40 ปี | 7 | 3.4257 | .60511 | .22871 | 2.8661 | 3.9854 | 2.22 | 3.89 |
| 41 - 60 ปี | 10 | 4.1550 | .45349 | .14341 | 3.8306 | 4.4794 | 3.26 | 4.67 |
| 61 ปีขึ้นไป | 3 | 2.7400 | .92677 | .53507 | .4378 | 5.0422 | 2.19 | 3.81 |
| Total | 20 | 3.6875 | .76517 | .17110 | 3.3294 | 4.0456 | 2.19 | 4.67 |

ANOVA

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 5.359 | 2 | 2.679 | 7.900 | .004 |
| Within Groups | 5.766 | 17 | .339 | | |
| Total | 11.124 | 19 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

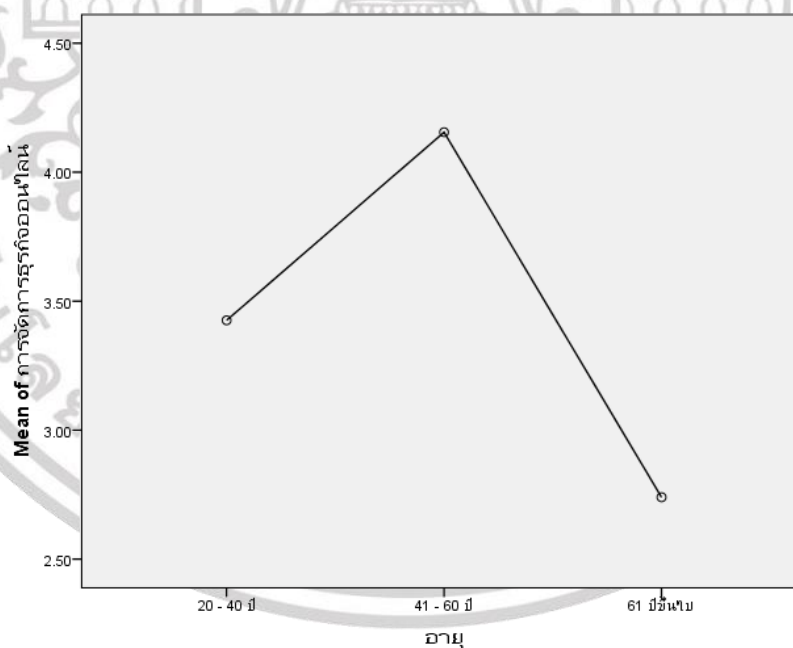
Dependent Variable: การจัดการธุรกิจออนไลน์

LSD

| (I) อายุ | (J) อายุ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|-------------|-------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 20 - 40 ปี | 41 - 60 ปี | -.72929* | .28699 | .021 | -1.3348 | -.1238 |
| | 61 ปีขึ้นไป | .68571 | .40187 | .106 | -.1622 | 1.5336 |
| 41 - 60 ปี | 20 - 40 ปี | .72929* | .28699 | .021 | .1238 | 1.3348 |
| | 61 ปีขึ้นไป | 1.41500* | .38336 | .002 | .6062 | 2.2238 |
| 61 ปีขึ้นไป | 20 - 40 ปี | -.68571 | .40187 | .106 | -1.5336 | .1622 |
| | 41 - 60 ปี | -1.41500* | .38336 | .002 | -2.2238 | -.6062 |

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Means Plots



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Oneway

Descriptives

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|----------------------|----|--------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 2 | 2.2050 | .02121 | .01500 | 2.0144 | 2.3956 | 2.19 | 2.22 |
| ปริญญาตรี | 14 | 3.7200 | .60415 | .16147 | 3.3712 | 4.0688 | 2.22 | 4.67 |
| สูงกว่า ปริญญาตรี | 4 | 4.3150 | .36208 | .18104 | 3.7389 | 4.8911 | 3.85 | 4.67 |
| Total | 20 | 3.6875 | .76517 | .17110 | 3.3294 | 4.0456 | 2.19 | 4.67 |

ANOVA

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 5.985 | 2 | 2.993 | 9.900 | .001 |
| Within Groups | 5.139 | 17 | .302 | | |
| Total | 11.124 | 19 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

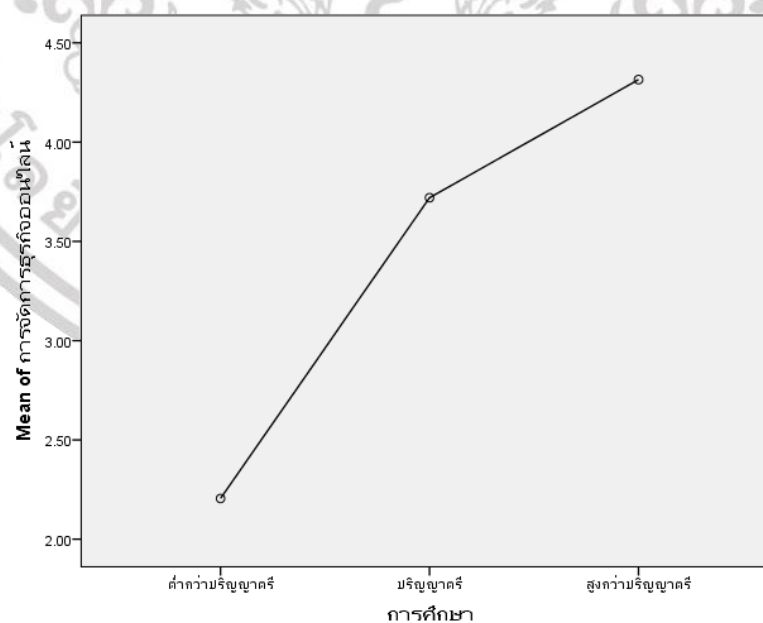
Dependent Variable: การจัดการธุรกิจออนไลน์

LSD

| (I) การศึกษา | (J) การศึกษา | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|------------------|------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | -1.51500* | .41561 | .002 | -2.3919 | -.6381 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | -2.11000* | .47614 | .000 | -3.1146 | -1.1054 |
| ปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 1.51500* | .41561 | .002 | .6381 | 2.3919 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | -.59500 | .31171 | .073 | -1.2526 | .0626 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 2.11000* | .47614 | .000 | 1.1054 | 3.1146 |
| | ปริญญาตรี | .59500 | .31171 | .073 | -.0626 | 1.2526 |

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Means Plots



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Oneway

Descriptives

การจัดการธุรกิจออนไลน์

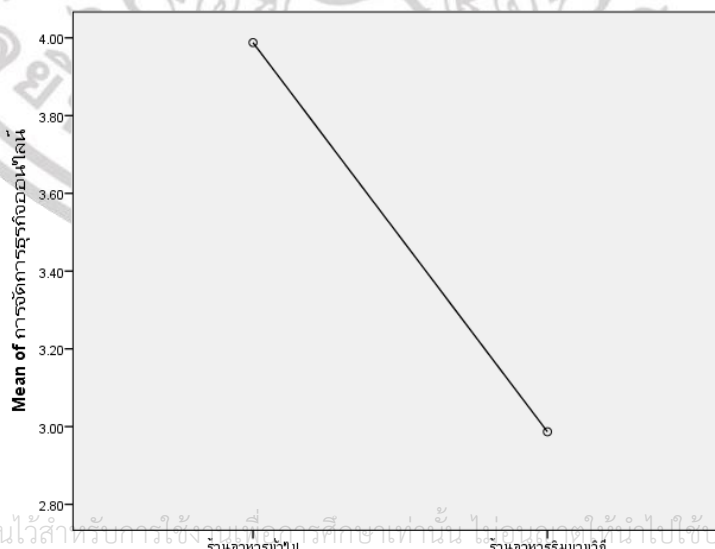
| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|-------------------------|----|--------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| ร้านอาหารทั่วไป | 14 | 3.9879 | .60955 | .16291 | 3.6359 | 4.3398 | 2.22 | 4.67 |
| ร้านอาหารริม บาทวิถี | 6 | 2.9867 | .64559 | .26356 | 2.3092 | 3.6642 | 2.19 | 3.81 |
| Total | 20 | 3.6875 | .76517 | .17110 | 3.3294 | 4.0456 | 2.19 | 4.67 |

ANOVA

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Between Groups | 4.210 | 1 | 4.210 | 10.960 | .004 |
| Within Groups | 6.914 | 18 | .384 | | |
| Total | 11.124 | 19 | | | |

Means Plots



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ระบบเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องยกย่องถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Oneway

Descriptives

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum |
|----------------------------|----|-------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|---------|---------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | |
| อาคารของ ร้านอาหาร | 10 | 4.098 | .37073 | .11723 | 3.8328 | 4.3632 | 3.81 | 4.67 |
| ในห้างสรรพสินค้า | 2 | 4.370 | .21213 | .15000 | 2.4641 | 6.2759 | 4.22 | 4.52 |
| ในศูนย์อาหารหรือ ตลาด | 2 | 3.055 | 1.18087 | .83500 | -7.5547 | 13.6647 | 2.22 | 3.89 |
| บริเวณฟุตบอลหรือ ริมถนน | 6 | 2.986 | .64559 | .26356 | 2.3092 | 3.6642 | 2.19 | 3.81 |
| Total | 20 | 3.687 | .76517 | .17110 | 3.3294 | 4.0456 | 2.19 | 4.67 |

ANOVA

การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Between Groups | 6.364 | 3 | 2.121 | 7.130 | .003 |
| Within Groups | 4.760 | 16 | .298 | | |
| Total | 11.124 | 19 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multiple Comparisons

Dependent Variable: การจัดการธุรกิจออนไลน์

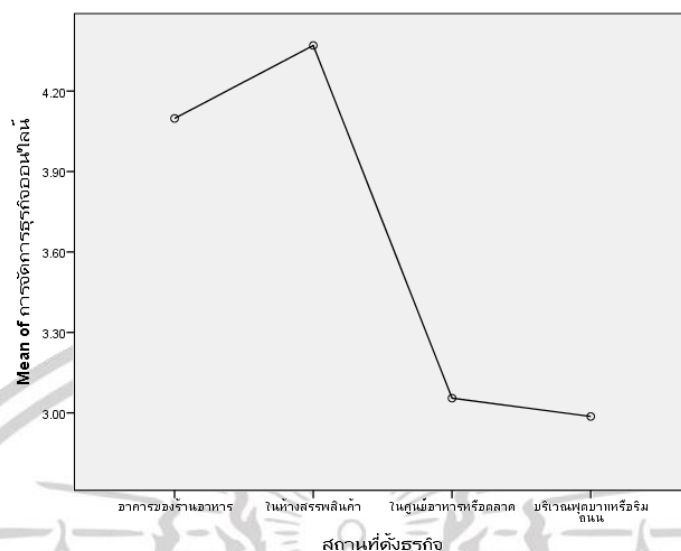
LSD

| (I) สถานที่ตั้งธุรกิจ | (J) สถานที่ตั้งธุรกิจ | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|------------------------|------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| อาคารของร้านอาหาร | ในห้างสรรพสินค้า | -.27200 | .42251 | .529 | -1.1677 | .6237 |
| | ในศูนย์อาหารหรือตลาด | 1.04300* | .42251 | .025 | .1473 | 1.9387 |
| | บริเวณฟุตบาทหรือริมถนน | 1.11133* | .28167 | .001 | .5142 | 1.7085 |
| ในห้างสรรพสินค้า | อาคารของร้านอาหาร | .27200 | .42251 | .529 | -.6237 | 1.1677 |
| | ในศูนย์อาหารหรือตลาด | 1.31500* | .54546 | .028 | .1587 | 2.4713 |
| | บริเวณฟุตบาทหรือริมถนน | 1.38333* | .44536 | .007 | .4392 | 2.3275 |
| ในศูนย์อาหารหรือตลาด | อาคารของร้านอาหาร | -1.04300* | .42251 | .025 | -1.9387 | -.1473 |
| | ในห้างสรรพสินค้า | -1.31500* | .54546 | .028 | -2.4713 | -.1587 |
| | บริเวณฟุตบาทหรือริมถนน | .06833 | .44536 | .880 | -.8758 | 1.0125 |
| บริเวณฟุตบาทหรือริมถนน | อาคารของร้านอาหาร | -1.11133* | .28167 | .001 | -1.7085 | -.5142 |
| | ในห้างสรรพสินค้า | -1.38333* | .44536 | .007 | -2.3275 | -.4392 |
| | ในศูนย์อาหารหรือตลาด | -.06833 | .44536 | .880 | -1.0125 | .8758 |

* . The mean difference is significant at the 0.05 level.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Means Plots



Correlations

| | | ระดับความรู้ ด้าน อินเทอร์เน็ต | การเรียนรู้ ธุรกิจ ออนไลน์ | การแข่งขัน ด้าน การตลาด | การจัดการ ธุรกิจ ออนไลน์ |
|----------------------------------|---------------------|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| ระดับความรู้ด้าน อินเทอร์เน็ต | Pearson Correlation | 1 | .433 | .672** | .753** |
| | Sig. (2-tailed) | | .056 | .001 | .000 |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 |
| การเรียนรู้ธุรกิจ ออนไลน์ | Pearson Correlation | .433 | 1 | .505* | .680** |
| | Sig. (2-tailed) | .056 | | .023 | .001 |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 |
| การแข่งขันด้าน การตลาด | Pearson Correlation | .672** | .505* | 1 | .811** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .023 | | .000 |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 |
| การจัดการธุรกิจ ออนไลน์ | Pearson Correlation | .753** | .680** | .811** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .000 | |
| | N | 20 | 20 | 20 | 20 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -.223 | .491 | | -.455 | .655 | | |
| | ระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต | .361 | .165 | .324 | 2.194 | .043 | .536 | 1.865 |
| | การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ | .372 | .146 | .323 | 2.545 | .022 | .729 | 1.372 |
| | การแข่งขันด้านการตลาด | .424 | .152 | .430 | 2.788 | .013 | .492 | 2.034 |

a. Dependent Variable: การจัดการธุรกิจออนไลน์

| | | Collinearity Diagnostics ^a | | | | | | |
|------|-----------|---------------------------------------|-----------------|------------|------------------------------|--------------------------|-----------------------|--|
| | | | | | Variance Proportions | | | |
| Mode | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | (Constant) | ระดับความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต | การเรียนรู้ธุรกิจออนไลน์ | การแข่งขันด้านการตลาด | |
| 1 | 1 | 3.942 | 1.000 | .00 | .00 | .00 | .00 | |
| | 2 | .026 | 12.221 | .30 | .19 | .20 | .22 | |
| | 3 | .019 | 14.520 | .56 | .10 | .66 | .06 | |
| | 4 | .013 | 17.235 | .13 | .71 | .13 | .72 | |

a. Dependent Variable: การจัดการธุรกิจออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|--------------------------------------|----------|---------|---------|-------------------|----|
| Predicted Value | 2.2249 | 4.5427 | 3.6875 | .68977 | 20 |
| Std. Predicted Value | -2.120 | 1.240 | .000 | 1.000 | 20 |
| Standard Error of Predicted Value | .100 | .217 | .156 | .043 | 20 |
| Adjusted Predicted Value | 2.2270 | 4.5461 | 3.7155 | .69894 | 20 |
| Residual | -.77611 | .63715 | .00000 | .33121 | 20 |
| Std. Residual | -2.150 | 1.765 | .000 | .918 | 20 |
| Stud. Residual | -2.540 | 1.880 | -.034 | 1.041 | 20 |
| Deleted Residual | -1.08333 | .72247 | -.02802 | .42831 | 20 |
| Stud. Deleted Residual | -3.185 | 2.062 | -.055 | 1.161 | 20 |
| Mahal. Distance | .508 | 5.907 | 2.850 | 1.997 | 20 |
| Cook's Distance | .000 | .639 | .078 | .151 | 20 |
| Centered Leverage Value | .027 | .311 | .150 | .105 | 20 |

a. Dependent Variable: การจัดการธุรกิจออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

| | |
|---------------------|--|
| ชื่อ-สกุล | นางสาวเพ็ญภา สัมภ์แก้ว |
| วัน เดือน ปีเกิด | 3 พฤศจิกายน 2541 |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | บ้านเลขที่ 8/2 หมู่ที่ 8 ตำบลครน อำเภอสวี จังหวัดชุมพร 86130 |
| ประวัติการศึกษา | |
| พ.ศ. 2560 | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ |
| พ.ศ. 2562 | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ |
| พ.ศ. 2563 | กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี(ปวส.-เทียบโอน) สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร คณะบริหารธุรกิจ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้