

คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อ
การตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบวงใน พีโอเอส ในเครือข่ายวงใน
ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

The Quality of Electronic Services and Technology Acceptance
Affecting the Restaurant Owner's Decision to Use the Wongnai POS
System in the Wongnai Network of Restaurants in Nonthaburi

อรสุภัก ผัดวัง^{1*} และ ประสพชัย พสุนนท์²

Onsupak Phatwang^{1*} and Prasopchai Pasunon²

สาขาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร^{1,2}

Business Innovation Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University^{1,2}

e-mail: phatwang_o@su.ac.th¹, PASUNON_P@su.ac.th²

Received: August 16, 2022; Revised: October 14, 2022; Accepted: October 20, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีที่ตัดสินใจเลือกใช้ระบบ Wongnai POS มาใช้ในการบริหารจัดการร้านอาหาร จำนวน 400 ร้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าร้านอาหารมีการให้ความสำคัญด้านการบริการลูกค้ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ ด้านการออกแบบ ($\bar{X} = 4.44$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.41$) ตามลำดับ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าร้านอาหารมีการให้ความสำคัญด้านการรับรู้ความง่าย ($\bar{X} = 4.45$) มากกว่าด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.44$)

คำสำคัญ: คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจ วงใน พีโอเอส ร้านอาหาร นนทบุรี

Abstract

This research aims to study the quality of electronic services and technology acceptance affecting the restaurant's decision to use the Wongnai POS system for restaurant management in Nonthaburi Province. The sample size was 400 restaurants in Nonthaburi Province that decided to use the Wongnai POS system to manage their own restaurants. The research instrument was a questionnaire.

Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. Research results revealed that the overall quality of electronic services was at the highest level ($\bar{X} = 4.42$). When considering each aspect, it was found that restaurants gave the most importance to customer service ($\bar{X} = 4.46$), second place is the design ($\bar{X} = 4.44$), and reliability ($\bar{X} = 4.41$), and the overall technology acceptance factor was at the highest level ($\bar{X} = 4.44$). When considering each aspect, it was found that restaurants prioritized perceived ease of use ($\bar{X} = 4.45$) more than perceived usefulness ($\bar{X} = 4.44$).

Keyword: The Quality of Electronics Service, Technology Acceptance, Decision, Wongnai POS, Restaurant, Nonthaburi Province

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหาร เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความจำเป็นอย่างมากต่อภาคบริการและเศรษฐกิจของประเทศ มีมูลค่าสูงถึง 441,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนปริมาณร้อยละ 4.7 ของภาคบริการทั้งหมดของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP ภาคบริการ) โดยมีผู้ประกอบการตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงรายใหญ่ อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปยังผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่น ๆ การขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้จ่ายเพื่อคุณภาพและความสะดวกสบายที่มากขึ้น นับว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการร้านอาหารในการนำเทคโนโลยีมาช่วยบริหารต้นทุน การจัดการและเพิ่มช่องทางใหม่ในการให้บริการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างหลากหลาย (ศุภย์วิชัยกสิกรไทย, 2563)

การลงทุนขยายสาขาของผู้ประกอบการโดยส่วนมากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ อีกทั้งความน่าสนใจของธุรกิจร้านอาหารยังดึงดูดผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหม่ ๆ จากทั้งนอกและในธุรกิจร้านอาหารให้เข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายระดับปานกลาง ซึ่งเป็นตลาดหลักของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางถึงร้านอาหารขนาดเล็กรวมทั้งร้านอาหารข้างทาง (Street Food) ในขณะเดียวกันการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารก็ทำให้เกิดการหมุนเวียนในกิจการของผู้ประกอบการทั้งใหม่และเก่าเป็นจำนวนไม่น้อยเช่นกัน (ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

นับตั้งแต่การกลับมาของสถานการณ์ COVID-19 ครั้งที่ 3 การฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหารก็ชะงักตัวลง สมาคมภัตตาคารไทยและชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารประเมินว่า การแพร่ระบาดของ COVID-19 ครั้งที่ 3 ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อร้านอาหาร มีมากกว่า 20,000 ร้านที่ต้องปิดตัวลงไม่ว่าจะโดยชั่วคราวหรือถาวร ในช่วงที่ผ่านมา เนื่องด้วยมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่ห้ามการรับประทานอาหารภายในร้านและจำกัดเวลาเปิดปิดในพื้นที่ควบคุมและพื้นที่ควบคุมสูงสุด (สีแดงเข้ม) ได้แก่ กรุงเทพฯ ชลบุรี เชียงใหม่ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ แม้ว่ามาตรการจะเริ่มผ่อนคลายเป็นโดยอนุญาตให้นั่งทานอาหารในร้านได้ไม่เกิน 25% ของที่นั่งและเปิดให้นั่งได้ถึง 21.00 น. ก็ตาม (สุพริศร์ สุวรรณิก, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งถือเป็น

จังหวัดปริมณฑล ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ประกอบกับวิวัฒนาการที่ก้าวหน้าส่งผลให้ร้านอาหารเกิดการปรับตัวและพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการให้บริการเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน ผู้ให้บริการอย่าง Grab, LINE MAN, Foodpanda, GET เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางแรกที่เกือบทุกร้านเลือกใช้ เพราะเป็นวิธีที่ตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในยุค COVID-19 ได้ตรงจุด ซึ่งในบางแอปพลิเคชันมีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดค่าอาหาร ส่วนลดค่าจัดส่งสำหรับผู้ที่อยู่อาศัยในละแวกใกล้เคียงกับร้านอาหาร หรือการจัดชุดเมนูในราคาพิเศษอีกด้วย (กองบรรณาธิการ, 2563)

Wongnai POS หรือระบบจัดการร้านอาหารในเครือขายของ Wongnai ซึ่งถูกพัฒนามาจากเครื่องคิดเงินแคชเชียร์ให้มีความสามารถที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น สามารถเชื่อมต่อระหว่างบัญชีผู้ใช้งาน Wongnai ที่มีมากกว่า 10,000,000 บัญชีต่อเดือนและร้านอาหารเข้าด้วยกัน และยังสามารถในการบันทึกการขาย ยอดสินค้าคงเหลือได้ สามารถรับคำสั่งซื้อในการจัดส่งสินค้าตามที่อยู่ของลูกค้า (Delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN จากสถิติของ Wongnai พบว่าสามารถช่วยเพิ่มยอดขายได้ 5 เท่าผ่านการให้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในปีที่ผ่านมาพบว่า จังหวัดนนทบุรีติดอันดับอำเภอและจังหวัดที่มีการสั่งอาหารมากที่สุดถึง 3 อันดับ จาก 10 อันดับ (วงในฟอร์บิสซิเนส, 2565ก)

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาคุณภาพของระบบสารสนเทศ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือขาย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ระบบจัดการร้านอาหารให้เหมาะสมกับรูปแบบร้านอาหารและนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือขาย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือขาย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research) และดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ร้านอาหารในบัญชี Wongnai จังหวัดนนทบุรี จำนวน 19,577 ร้าน (วงในฟอร์บิสซิเนส, 2565ข)
2. ขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของยามาเน่ (Yamane, 1973) ด้วยความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5%

จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรพบว่า ขนาดตัวอย่างควรมีจำนวน 400 คน และการคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนร้านอาหารแต่ละประเภท คือ ร้านอาหารไทย ร้านอาหารฟิวชัน ร้านก๋วยเตี๋ยว และร้านอาหารตามสั่ง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed Form) ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ด้านการออกแบบ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ การตอบสนอง และความเป็นส่วนตัว ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการตั้งใจใช้บริการ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ส่วนที่ 2-4 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยใช้มาตรฐานวัดแบบ Likert Scales 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การแปลผลแบบสอบถามในส่วนนี้ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด}-\text{ค่าต่ำสุด}}{\text{ค่าสูงสุด}}$$

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ช่วงชั้น 1.00-1.80 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ช่วงชั้น 1.81-2.60 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ช่วงชั้น 2.61-3.40 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ช่วงชั้น 3.41-4.20 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ช่วงชั้น 4.21-5.00 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence--IOC) แต่ละข้อมีค่าระดับความเที่ยงตรงมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ทุกข้อ เป็นไปตามเกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหานั้น (ปราณี หล้าเบญญะ, 2559)

4.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นการตรวจสอบคุณภาพทั้งฉบับของแบบสอบถามโดยใช้วิธีแบบ Alpha Coefficient โดยพบว่าผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากร้านอาหารที่ใช้ Wongnai POS ในกรุงเทพมหานครจำนวน 30 ร้าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 ซึ่งแปลว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับรายงานวิจัยมีความเชื่อมั่นเพียงพอในการนำผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือวิจัยนี้ไปทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หรือ SPSS (Statistical Package for the Social Science) และรายงานผลการศึกษาแบบรายงานสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

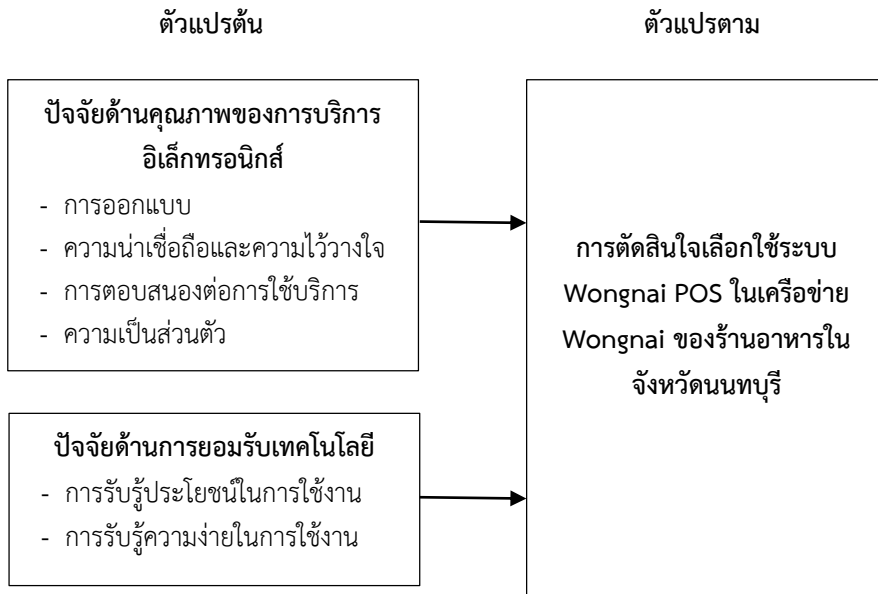
5.1 สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลที่นำมาประมวลแบบนามบัญญัติ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่าง จำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้นสถิติที่เหมาะสม คือ ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ (เมทินี จันทกรกระแจะ, 2558)

5.1.2 ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับในเทคโนโลยีกับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี เป็นข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ย้อนกลับ เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นของตัวอย่าง สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิงสำหรับการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์หรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับในเทคโนโลยีกับตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การวิเคราะห์ ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามจำนวน 1 ตัวกับตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ในกรณีที่ตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระหลายตัว โดยที่ทั้งตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงปริมาณที่มีระดับช่วง (Interval) หรือ แบบอัตราส่วน (Ratio Scale) (นิคม ถนอมเสียง, 2550)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรต้น 2 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Lee & Lin, 2005) และการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี ดังภาพที่ 1

องค์ประกอบของคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์

Lee และ Lin (2005) กล่าวว่า องค์ประกอบของคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีดังนี้

1. การออกแบบ (Design) หมายถึง หน้าตาของระบบ โปรแกรมหรือเว็บไซต์นั้น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย การใช้สี การใช้ตัวอักษร การมองเห็นได้ชัดและอ่านง่าย
2. ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ (Reliability and Trust) หมายถึง การอัปเดตข้อมูลที่ถูกตั้งที่สามารถเชื่อถือได้
3. การตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง การเข้าถึงระบบได้อย่างรวดเร็ว หรือ การที่เจ้าหน้าที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วทันเวลา
4. ความเป็นส่วนตัว (Personalization) หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยจากผู้ไม่มีสิทธิ์ในการเข้าถึงระบบนั้น ๆ

จากการศึกษาแนวคิดคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ สรุปได้ว่าคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยด้านการออกแบบ คือ หน้าตาของระบบ โปรแกรมหรือเว็บไซต์นั้น ๆ มีความดึงดูดต่อผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ คือ ระบบ โปรแกรม หรือเว็บไซต์นั้น ๆ มีความน่าเชื่อถือ และ

ถูกต้องสมบูรณ์ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ คือ การบริการของเจ้าหน้าที่หรือผู้ดูแลระบบที่สามารถตอบปัญหาและแก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที ด้านความเป็นส่วนตัว คือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยจากผู้ไม่มีสิทธิ์ในการเข้าถึงระบบนั้น ๆ จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้ในงานวิจัยในส่วนของตัวแปร ในแบบสอบถามและเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ผลการวิจัย ที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

องค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

Davis (1989) ได้คิดค้นแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM) เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในการใช้เป็นตัวชี้ความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ซึ่งได้มีการปรับแต่งเพิ่มเติมมาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The Theory of Reasoned Action) พัฒนามาเป็นแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM) เพื่อใช้ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีทั้งหมด 2 ปัจจัย ประกอบด้วย

1. การรับรู้การใช้งานง่าย (Perceive Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นให้เป็นไปตามเป้าหมายที่จะต้องมีความง่ายในการเรียนรู้การใช้งานและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก อีกทั้งการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์

2. การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ

จากการศึกษาแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลยอมรับการใช้เทคโนโลยีนั้น ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ว่าจะระบบง่าย จนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการและนำไปแนะนำบอกต่อแก่ผู้อื่นได้ นอกจากนี้ยังประกอบด้วยบรรทัดฐานของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้ในงานวิจัยในส่วนของตัวแปรแบบสอบถามและเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ร้าน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารไทย จำนวน 178 ร้าน (ร้อยละ 44.50) มีระยะในการดำเนินธุรกิจ 3-5 ปี จำนวน 164 ร้าน (ร้อยละ 41.00) มีพนักงานในร้านจำนวนน้อยกว่า 3 คน จำนวน 160 ร้าน (ร้อยละ 40.00) มีรายได้ร้านอาหารต่อเดือน 100,001-300,000 บาท จำนวน 192 ร้าน (ร้อยละ 40.00)

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการออกแบบ	4.44	0.46	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.41	0.51	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ	4.46	0.46	มากที่สุด
ด้านความเป็นส่วนตัว	4.35	0.50	มากที่สุด
รวม	4.42	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าร้านอาหารมีการให้ความสำคัญด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ ด้านการออกแบบ ($\bar{X} = 4.44$) และด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.41$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับเทคโนโลยีของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้ความง่าย	4.45	0.47	มากที่สุด
การรับรู้ประโยชน์	4.44	0.50	มากที่สุด
รวม	4.44	0.40	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าร้านอาหารมีการให้ความสำคัญด้านการรับรู้ความง่าย ($\bar{X} = 4.45$) มากกว่าด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.44$)

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

คุณภาพของการบริการ อิเล็กทรอนิกส์	B	S.D.	β	t	Sig	VIF
ค่าคงที่	1.55	0.24	-	6.57	0.000*	
ด้านการออกแบบ	0.22	0.04	0.23	4.89	0.000*	1.28
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.10	0.04	0.12	2.34	0.020*	1.48
ด้านการตอบสนองต่อ การใช้บริการ	0.18	0.05	0.19	3.93	0.000*	1.32
ด้านความเป็นส่วนตัว	0.17	0.04	0.20	4.03	0.000*	1.37

Adjust R Square = 0.30 R = 0.544 Durbin-Watson = 1.850

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า VIF มีค่าเท่ากับ 1.28-1.48 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 ดังนั้นแสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เมื่อวิเคราะห์คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีโดยรวม พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการออกแบบ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ และความเป็นส่วนตัว แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านความน่าเชื่อถือ ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.85 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1.5 และน้อยกว่า 2.5 ดังนั้นแสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัวและด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีโดยรวม พบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 30 (Adj. R² = 0.30) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.544 (R = 0.544)

เมื่อนำค่าสถิติต่าง ๆ มาสร้างสมการพยากรณ์จะได้สมการพยากรณ์ คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีดังนี้ $\hat{Y} = 1.55 + 0.22$ (ด้านการออกแบบ) $+ 0.10$ (ด้านความน่าเชื่อถือ) $+ 0.18$ (ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ) $+ 0.17$ (ด้านความเป็นส่วนตัว)

ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี

การยอมรับเทคโนโลยี	B	S.D.	β	t	Sig	VIF
ค่าคงที่	2.37	0.22		-	10.78	0.000*
ด้านการรับรู้ความง่าย	0.37	0.04	0.40	8.41	0.000*	1.12
ด้านการรับรู้ประโยชน์	0.13	0.04	0.14	3.09	0.002*	1.12

Adjust R Square = 0.21 R = 0.50 Durbin-Watson = 1.929

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าค่า VIF มีค่าเท่ากับ 1.12 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 ดังนั้นแสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เมื่อวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีโดยรวมพบว่า ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ความง่าย และด้านการรับรู้ประโยชน์ แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 2 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ด้านการรับรู้ความง่าย และด้านการรับรู้ประโยชน์ ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.93 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1.5 และน้อยกว่า 2.5 ดังนั้นแสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าด้านการรับรู้ความง่ายและด้านความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณภาพของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีโดยรวม พบว่า ตัวพยากรณ์ ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 21 (Adj. $R^2 = 0.21$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.50 ($R = 0.50$) เมื่อนำค่าสถิติต่าง ๆ มาสร้างสมการพยากรณ์จะได้สมการพยากรณ์ การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีดังนี้ $\hat{Y} = 2.37 + 0.37$ (ด้านการรับรู้ความง่าย) $+ 0.13$ (ด้านการรับรู้ประโยชน์)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีที่ตัดสินใจเลือกใช้ระบบ Wongnai POS มาใช้ในการบริหารจัดการร้านอาหาร จำนวน 400 ร้าน ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารไทย มีระยะในการดำเนินธุรกิจ 3-5 ปี มีพนักงานในร้านจำนวนน้อยกว่า 3 คน และมีรายได้ร้านอาหารต่อเดือน 100,001-300,000 บาท

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ร้านอาหารมีการให้ความสำคัญด้านการบริการลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการออกแบบและด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ร้านอาหารมีการให้ความสำคัญด้านการรับรู้ความง่ายมากกว่าด้านการรับรู้ประโยชน์

การอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีโดยรวม พบว่า คุณภาพให้การบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai โดยร้านอาหารให้ความสำคัญกับการออกแบบมากที่สุด หน้าที่า รูปแบบของระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS มีความรวดเร็วในการแสดงผล ภาพอักษรและข้อมูลต่าง ๆ และพร้อมใช้งานตลอดเวลา มีสีสันและรูปแบบที่ดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติลักษณ์ พุ่มอิม และเพ็ญศิริรินทร์ สุขสมกิจ (2564) ได้ศึกษาคุณภาพบริการและทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสวยงาม น่าใช้งาน รูปภาพที่มีสีสันสดใส ดึงดูดสายตา การตอบสนองทุกความต้องการหรือวิถีชีวิตในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม การใช้งานมีความรวดเร็วทุกขั้นตอนในการใช้บริการ

รองลงมาคือด้านการบริการลูกค้า โดยร้านอาหารต้องการให้มีบุคลากรของ Wongnai ที่มีทักษะความรู้ มาช่วยตอบคำถาม เมื่อมีปัญหาในการใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติลักษณ์ พุ่มอิม และเพ็ญศิริรินทร์ สุขสมกิจ (2564) ได้ศึกษาคุณภาพบริการ และทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการตอบสนองของเจ้าหน้าที่ทันทีเมื่อต้องการสอบถามพูดคุยในสิ่งที่สงสัยและไม่เข้าใจอย่างเต็มที่

ผลจากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรีโดยรวม พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai โดยร้านอาหารให้ความสำคัญกับการรับรู้ความง่ายของระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ว่าสามารถใช้งานได้ง่าย ทำความเข้าใจได้ไม่นานง่ายต่อการปิดบัญชีและคำนวณปริมาณวัตถุดิบในแต่ละวัน สอดคล้องกับ พรชัย ชันทวงค์ และคณะ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ เนื่องมาจากแอปพลิเคชันที่ให้บริการมีเครือข่ายที่กว้างขวางทำให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากแอปพลิเคชันและสามารถเชื่อมโยงไปหาบริการอื่น ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

นอกจากนี้ร้านอาหารยังให้ความสำคัญกับการรับรู้ประโยชน์ของระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ว่าช่วยให้มีเวลาเหลือไปทำสิ่งอื่นๆ และมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร สอดคล้องกับ เมธาวินน์ จันทมุณี (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการสั่งอาหารผ่านทาง LINE MAN Application พบว่า ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความง่ายและประโยชน์ในการใช้งานของ LINE MAN Application ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน LINE MAN Application และรู้สึกได้ว่าการใช้งาน LINE MAN Application เป็นไปอย่างสะดวกและง่ายดาย และมีทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสั่งอาหารซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของความคุ้มค่าและความสะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้บริการด้านการสั่งอาหารผ่านทาง LINE MAN Application

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ดังนั้นเจ้าของธุรกิจ Wongnai POS ควรพัฒนาด้านความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และการรับประกันว่าการใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai เมื่อใช้แล้วจะสามารถเพิ่มยอดขายให้กับร้านอาหารได้จริง
2. ด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ดังนั้นเจ้าของธุรกิจ Wongnai POS ควรพัฒนาด้านความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของร้านอาหารว่าข้อมูลของร้านอาหารจะถูกเก็บเป็นความลับ มีระบบป้องกันการถูกคุกคามจากผู้อื่น และมีการสำรองข้อมูลของร้านอาหารเพื่อเกิดเหตุสุดวิสัยขึ้น
3. ด้านการบริการลูกค้า มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ดังนั้นเจ้าของธุรกิจ Wongnai POS ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่ของ Wongnai POS ในส่วนของการตอบคำถามหรือข้อสงสัยของเจ้าของร้านอาหารเมื่อพบปัญหาของระบบ ให้มีความเชี่ยวชาญสามารถแก้ปัญหาให้กับเจ้าของร้านได้ทันทีและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
4. ด้านการออกแบบ มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ดังนั้นเจ้าของธุรกิจ Wongnai POS ควรพัฒนาระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ให้มีความรวดเร็วในการแสดงภาพ อักษรและข้อมูลต่าง ๆ และพร้อมใช้งานตลอดเวลา มีการจัดเรียงลำดับข้อมูลที่ดี และมีสีสันรูปแบบที่ดึงดูดใจ
5. ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ดังนั้นเจ้าของธุรกิจ Wongnai POS ควรเผยแพร่ข้อมูลว่า Wongnai POS จะช่วยให้เจ้าของร้านอาหารสามารถปิดยอดบัญชี และคำนวณปริมาณวัตถุดิบในแต่ละวันได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
6. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้ระบบจัดการร้านอาหาร Wongnai POS ดังนั้นเจ้าของธุรกิจ Wongnai POS ควรมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบ ขั้นตอนการใช้งาน Wongnai POS ว่าใช้เวลาไม่นานในการเรียนรู้ เข้าใจง่ายชัดเจน ไม่ยุ่งยาก

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยโดยเป็นการศึกษาข้อมูลในเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและมีคุณภาพยิ่งขึ้น สามารถนำมาแก้ไขและพัฒนาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีให้ตรงกับความต้องการของร้านอาหารที่ใช้ระบบจัดการ Wongnai POS มากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของร้านอาหารในการเลือกใช้ระบบ Wongnai POS ในเครือข่าย Wongnai ของร้านอาหารในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลให้ร้านอาหารมีความภักดีในการใช้ระบบ Wongnai POS ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการ. (2563). New normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19. *BOT พระสยาม Magazine*, 43(3), 54-55.
- นิคม ถนอมเสียง. (2550). *เอกสารประกอบการอบรม เรื่อง “การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม.”*
มหาวิทยาลัยขอนแก่น. https://home.kku.ac.th/nikom/item_relia_validity_2007_u1.pdf
- ปราณี หล้าเบญญะ. (2559). *การหาคุณภาพของเครื่องมือวัดและประเมินผล: โครงการบริการวิชาการท่าสาปโมเดล. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.* http://edu.yru.ac.th/evaluate/attach/1465551003_เอกสารประกอบการอบรม.pdf
- พรชัย ชันทะวงศ์, ชัชชาติภัช เดชจิรมณี, ทศพล อัครพงษ์ไพบุลย์ และจุฑามาส เอี่ยมจินดา. (2565). การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(1), 1-17.
- เมทินี จันทร์กระและ. (2558). *คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- เมธาวัฒน์ จันทภูณี. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการด้านการสั่งอาหารผ่านทาง Mobile application กรณีศึกษา: Line Man application [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- วงในฟอร์บิสซิเนส. (2565ก, 2 มิถุนายน). *Wongnai POS แดชเชียร์ร้านอาหารเพื่อยกระดับการบริหารร้านอย่างมืออาชีพ.* Wongnai. <https://www.wongnai.com/articles/intro-pos>
- วงในฟอร์บิสซิเนส. (2565ข, 9 กันยายน). *ระบบจัดการร้านอาหาร POS คืออะไร?—ทุกสิ่งที่เจ้าของร้านต้องรู้.* Wongnai. <https://www.wongnai.com/business-owners/what-is-pos>
- ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2563, 2 มกราคม). *ปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารเผชิญกับโจทย์ท้าทายสูง และรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนไป คาดมีมูลค่า 4.37–4.41 แสนล้านบาท (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3067).* <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3067.aspx>

- ส่วนประมวผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ: ธุรกิจน่าจับตามอง ปี 2563*. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statisic/2563/T26/T26_202010.pdf
- สุพริศร์ สุวรรณิก. (2564, 12 มิถุนายน). *ธุรกิจร้านอาหาร... เราจะผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกัน!* ธนาคารแห่งประเทศไทย. https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_12Jun2021.aspx
- อดิลักษณ์ พุ่มอิม และเพ็ญศิริินทร์ สุขสมกิจ. (2564). ส่วนผสมทางการตลาด คุณภาพบริการ และทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 7(1), 49-64.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Lee, G.-G., & Lin, H.-F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176. <https://doi.org/10.1108/09590550510581485>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.