



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

## การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการ ร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา

### THE IMPACT OF KEY FACTORS ON A LA CARTE RESTAURANTS' PARTICIPATION IN FOOD DELIVERY PLATFORMS WITHIN YALA CITY MUNICIPALITY

มูฮำหมัดอาฟิส มามะ \*<sup>1</sup>, สุทธินนท์ ปิยรัตน์<sup>2</sup>, ชูหทัยตา สะสุลี<sup>3</sup>, อัสมิน ยูโซะ<sup>4</sup>, มูฮำหมัดมายรี เจ๊ะแวง<sup>5</sup>  
นิมารูnee หะยิวาเงาะ <sup>6</sup>, วิโรจน์ ไพบูลย์เวชสวัสดิ์<sup>7</sup>, สุทัศน์ รุ่งระวีวรรณ<sup>8</sup>

Email 136768019@yru.ac.th, 136768002@yru.ac.th, 136768012@yru.ac.th,  
136768016@yru.ac.th, 136768017@yru.ac.th

Email nimarunee.h@yru.ac.th, wiroj.p@yru.ac.th, suthat.r@yru.ac.th

\*<sup>1</sup>, <sup>2</sup>, <sup>3</sup>, <sup>4</sup>, <sup>5</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

<sup>6</sup>, <sup>7</sup>, <sup>8</sup> อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Email 136768019@yru.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา โดยมีประชากร คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลาทั้งหมด 368 ราย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลาจำนวน 192 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และปัจจัยด้านธุรกิจ (Business Factors) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผู้ดูแลเว็รร้านอาหารตามสั่ง



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

## Abstract

This research aimed to investigate factors influencing the decision to participate in food delivery platforms among made-to-order food restaurant entrepreneurs in Yala Municipality. The population comprised 368 made-to-order food restaurant entrepreneurs operating within Yala Municipality, from which a sample of 192 entrepreneurs was selected. The research instrument employed was a questionnaire examining factors influencing the decision to participate in food delivery platforms among made-to-order food restaurant entrepreneurs in Yala Municipality. Data analysis utilized percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed that the majority of respondents placed the highest importance on technology factors Mean = 4.05, high level of importance, followed by environmental factors Mean = 4.01, high level of importance, and business factors Mean = 3.89, high level of importance, SD = 0.71

**Keywords:** Factors influencing decision making food delivery made-to-order restaurants

## บทนำ

ธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ในประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจากการรับประทานอาหารในร้านสู่การสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดปัจจุบัน ผู้ให้บริการรายใหญ่ เช่น Grab, LINE MAN และ ShopeeFood ต่างพยายามสร้าง Ecosystem ที่ครอบคลุมทั้งด้านการชำระเงิน การวิเคราะห์ข้อมูล และโปรแกรมความภักดี แม้ธุรกิจ Food Delivery จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ร้านอาหารโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยังคงเผชิญความท้าทาย ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนวัตถุดิบที่ผันผวน การแข่งขันที่รุนแรง และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2024) รายงานว่า ธุรกิจร้านอาหารในปี 2024 มีมูลค่าประมาณ 669,000 ล้านบาท โดยมีแนวโน้มการเติบโตจากการใช้แพลตฟอร์ม Food Delivery

จังหวัดยะลาเป็นพื้นที่ที่มีบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมสำคัญในฐานะศูนย์กลางของกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ รัฐบาลและเทศบาลนครยะลาได้ผลักดันนโยบายพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (เทศบาลนครยะลา, 2024) โครงการแพลตฟอร์ม "ตลาดยะลา" (Yala Market) เป็นตัวอย่างที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการร้านอาหารกับผู้บริโภคในพื้นที่ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล (ผู้จัดการออนไลน์, 2021) การตัดสินใจของผู้ประกอบการไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงปัจจัยส่วน

บุคคล เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา และทักษะด้านดิจิทัล (ธารีทิพย์ ทากิ, 2021) รวมถึงปัจจัยด้านธุรกิจ เช่น ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม (เหล่าวิโรจนกุล, 2023) นอกจากนี้ Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) เป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการอธิบายการยอมรับเทคโนโลยี โดยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีผลโดยตรงต่อทัศนคติและการตัดสินใจ (วรรณศิริ & นิมจิตต์, 2023)

งานวิจัยนี้มีความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครยะลา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ให้เติบโตอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา

### ขอบเขตการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

**ประชากร** คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลาทั้งหมด 368 ราย (ศูนย์ข้อมูลเปิดภาครัฐจังหวัดยะลา, 2025)

**กลุ่มตัวอย่าง** คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา โดยคำนวณหาของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 192 ราย ครอบคลุม 4 พื้นที่ ได้แก่ ตลาดเก่า ตลาดใหม่ สะเตงนอกและตือเบา

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

## ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2568

## ทบทวนวรรณกรรม

ธุรกิจบริการจัดส่งอาหารในประเทศไทยได้รับการขับเคลื่อนด้วยการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ที่ส่งผลให้อัตราการเติบโตของการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นถึง 78-84% ในปี 2020 แนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) เป็นกรอบสำคัญในการอธิบายการตัดสินใจของผู้ประกอบการ โดยเน้นที่การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน (วรรณศิริ & นิมจิตต์, 2023) Chen et al. (2019) ชี้ให้เห็นว่าแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารมีทั้งบทบาทเป็น "มิตร" ที่ช่วยเพิ่มยอดขายและ "ศัตรู" ที่สร้างภาระด้านค่าคอมมิชชั่น ในบริบทของจังหวัดยะลา การพัฒนาเมืองอัจฉริยะของเทศบาลนครยะลาได้ผลักดันให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงโครงการ "ฉลาดยะลา" ที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (ผู้จัดการออนไลน์, 2021)

งานวิจัยของธารทิพย์ ทากิ (2021) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา และทักษะด้านดิจิทัล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่เหล่าวิโรจนกุล (2023) พบว่าภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม ระบบการชำระเงิน และโปรแกรมส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

### เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังต่อไปนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา มีทั้งหมด 3 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) โดยแบ่งออกเป็น การรับรู้ประโยชน์ของแพลตฟอร์ม จำนวน 4 ข้อ ความง่ายในการใช้งาน จำนวน 4 ข้อ ความเชื่อมั่นในระบบ จำนวน 4 ข้อ 2) ปัจจัยด้านธุรกิจ (Business Factors) โดยแบ่งออกเป็น ต้นทุนและค่าคอมมิชชั่น จำนวน 4 ข้อ กลยุทธ์การตลาด จำนวน 4 ข้อ ความสามารถ



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

ในการแข่งขัน จำนวน 4 ข้อ 3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) โดยแบ่งออกเป็น การสนับสนุนจากแพลตฟอร์ม จำนวน 4 ข้อ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ จำนวน 4 ข้อ คุณภาพการบริการจัดส่ง จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และผู้วิจัยได้นำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ราย เพื่อการประเมิน ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย เท่ากับ 0.67 และ ทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้เท่ากับ 0.97

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างของจำนวน 192 รายเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา ครอบคลุม 4 พื้นที่ ได้แก่ ตลาดเก่า ตลาดใหม่ สะเตงนอกและ ตือเปาะ

(2) ผู้วิจัยได้สรุปผลข้อมูลจากแบบสอบถามการวิจัย

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แบบสอบถามการวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา วิเคราะห์โดย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยหลังจากวิเคราะห์ผลการวิจัยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของ ลิเคิร์ต (Likert, 1970) โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ 4.51–5.00 = มากที่สุด, 3.51–4.50 = มาก, 2.51–3.50 = ปานกลาง, 1.51–2.50 = น้อย และ 1.00–1.50 = น้อยที่สุด

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม Food Delivery ของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลา ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) ปัจจัยด้านธุรกิจ (Business Factors) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors)

ปัจจัย (Factors)	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
<b>ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors)</b>			
<b>การรับรู้ประโยชน์ของแพลตฟอร์ม</b>			
1. แพลตฟอร์ม Food Delivery ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้าน	4.02	1.01	มาก
2. แพลตฟอร์มช่วยขยายฐานลูกค้าใหม่ได้	4.16	0.97	มาก
3. แพลตฟอร์มช่วยให้ร้านเข้าถึงลูกค้าได้ทั้งตลอดเวลา	4.13	1.01	มาก
4. การใช้แพลตฟอร์มช่วยเพิ่มความสะดวกในการรับออเดอร์	4.16	0.94	มาก
<b>ความง่ายในการใช้งาน</b>			
5. การสมัครเข้าร่วมแพลตฟอร์มไม่ซับซ้อน	3.70	0.96	มาก
6. การอัปเดตเมนูและภาพอาหารทำได้ง่าย	4.05	0.91	มาก
7. การจัดการออเดอร์ผ่านแอปพลิเคชันเข้าใจง่าย	4.02	0.91	มาก
8. การติดตามการชำระเงินและรายงานยอดขายชัดเจน	4.15	0.90	มาก
<b>ความเชื่อมั่นในระบบ</b>			
9. แพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย	4.05	0.99	มาก
10. ระบบการชำระเงินมีความปลอดภัย	4.12	0.95	มาก
11. ข้อมูลร้านและลูกค้าได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย PDPA	4.10	0.98	มาก
12. แพลตฟอร์มมีเสถียรภาพในการใช้งาน	4.00	1.01	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านธุรกิจ (Business Factors)</b>			
<b>ต้นทุนและค่าคอมมิชชั่น</b>			
1. อัตราค่าคอมมิชชั่นที่เหมาะสมกับร้าน	3.44	1.03	มาก

ปัจจัย (Factors)	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
2. ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมแพลตฟอร์มอยู่ในระดับที่รับได้	3.58	0.91	มาก
3. ต้นทุนการส่งอาหารไม่สูงเกินไป	3.54	0.98	มาก
4. รูปแบบการจ่ายเงินมีความยืดหยุ่น เช่น แอป mobile banking	3.90	0.94	มาก
<b>กลยุทธ์การตลาด</b>			
5. แพลตฟอร์มช่วยโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จัก	4.10	0.93	มาก
6. มีเครื่องมือการตลาดที่หลากหลาย เช่น คู่มือส่วนลด โปรโมชั่นต่างๆ	4.00	1.01	มาก
7. ระบบรีวิวและเรตติ้งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ	4.12	0.89	มาก
8. การแนะนำร้านในหน้าแรกของแอปช่วยเพิ่มยอดขาย	4.07	0.92	มาก
<b>ความสามารถในการแข่งขัน</b>			
9. การเข้าร่วมแพลตฟอร์มช่วยเพิ่มโอกาสในแข่งขันและเพิ่มช่องทางในการแข่งขันกับร้านอื่นได้	3.94	0.86	มาก
10. ช่วยให้ร้านสามารถปรับตัวและปรับกลยุทธ์ตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด	3.97	0.89	มาก
11. เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลาย	4.11	0.84	มาก
12. ช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้าประจำเพียงกลุ่มเดียว	3.90	0.97	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors)</b>			
<b>การสนับสนุนจากแพลตฟอร์ม</b>			
1. ทีมงานของแพลตฟอร์มให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอ	3.90	0.85	มาก
2. มีการอบรมและให้คำแนะนำการใช้งาน	3.90	0.96	มาก
3. การแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อขัดข้องรวดเร็ว	3.88	0.86	มาก
4. มีช่องทางติดต่อแอดมิน/ผู้พัฒนาระบบที่สะดวกและหลากหลาย	3.94	0.94	มาก

ปัจจัย (Factors)	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
<b>ภาพลักษณ์ของแบรนด์</b>			
5. แพลตฟอร์มมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	4.26	0.87	มาก
6. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์ม	4.19	0.87	มาก
7. การเป็นพันธมิตรทางการค้าของแพลตฟอร์มช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ร้าน	4.13	0.87	มาก
8. แพลตฟอร์มมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม	4.18	0.89	มาก
<b>คุณภาพการบริการจัดส่ง</b>			
9. ผู้ส่งสินค้าส่งมีความเชี่ยวชาญและมีอาชีพ สภาที่ดี/ไม่เสียหาย	3.86	0.82	มาก
10. อาหารถูกส่งในสภาพที่ดีและอุณหภูมิที่เหมาะสม	3.94	0.82	มาก
11. เวลาในการจัดส่งตรงตามที่กำหนด	3.84	0.87	มาก
12. มีการติดตามสถานะการจัดส่งแบบเรียลไทม์	4.12	0.89	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.01</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 โดยที่มีแพลตฟอร์มช่วยขยายฐานลูกค้าใหม่ได้ อันดับที่หนึ่ง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้แพลตฟอร์มช่วยเพิ่มความสะดวกในการรับออเดอร์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94 และการติดตามการชำระเงินและรายงานยอดขายชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 สำหรับปัจจัยด้านธุรกิจ (Business Factors) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 โดยที่มีระบบรีวิวและเรตติ้งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ อันดับหนึ่ง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และแพลตฟอร์มช่วยโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 และส่วนของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 โดยที่มี

แพลตฟอร์มมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่ง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าลูกค้ำมีความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์ม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 และแพลตฟอร์มมีภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหารตามสั่งในเขตเทศบาลนครยะลาพบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.05 โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่เน้นย้ำว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยหลักในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการขยายฐานลูกค้าและความสะดวกในการรับออเดอร์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.16 สอดคล้องกับงานวิจัยของธาริทิพย์ ทากิ (2021) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยเทคโนโลยีส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และปัจจัยด้านธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 ซึ่งทั้งสองปัจจัยมีความสำคัญในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่กำลังปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย Smart City ของเทศบาลนครยะลา (2024) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเมืองอัจฉริยะและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ รวมทั้งสอดคล้องกับรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2024) ที่ระบุว่าแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารเป็นกลไกสำคัญในการขยายช่องทางการตลาดและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจร้านอาหารในยุคปัจจุบัน การค้นพบนี้แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

## ข้อเสนอแนะ

1. ประยุกต์ใช้ Technology Acceptance Model (TAM) ในมิติของการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) โดยเฉพาะความสามารถในการขยายฐานลูกค้า เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมแพลตฟอร์ม



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

2. ศึกษามุมมองของพนักงานขนส่งอาหาร (ไรเดอร์) เช่น ความพึงพอใจ ปัญหา และแรงจูงใจ รวมถึงผลกระทบของนโยบาย Smart City ต่อประสิทธิภาพการทำงานของไรเดอร์ เพื่อสร้างความเข้าใจภาพรวมธุรกิจอย่างลึกซึ้ง

### เอกสารอ้างอิง

- Brand Inside. (2019, August 19). *ศึก Food Delivery เมืองไทยเดือด! LINE MAN และ Wongnai ทุ่มทุนชูจุดเด่นที่แตกต่างกัน*. <https://brandinside.asia/food-delivery-competition-in-thailand/>
- Chen, M., Hu, M., & Wang, J. (2019). Food delivery service and restaurant: Friend or foe? *Management Science*, 65(10), 4735–4749. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3230>
- 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>
- Feldman, Z., Frazelle, E., & Swinney, R. (2021). To join or not to join? Restaurants' self-delivery decisions in the presence of a third-party platform. *Manufacturing & Service Operations Management*, 23(5), 1162–1179. <https://doi.org/10.1287/msom.2020.0910>
- Roselidyawaty, N., & Mohd Rokeman, N. (2024). Likert measurement scale in education and social sciences: Explored and explained. *EDUCATUM Journal of Social Sciences*, 10(1), 77–88. <https://doi.org/10.37134/ejoss.vol10.1.7.2024>
- ธารีทิพย์ ทากิ. (2021). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการจัดการธุรกิจ*, 12(2), 45–60.
- เทศบาลนครยะลา. (2024, June 6). รายงานประเมินเศรษฐกิจจังหวัดยะลา ไตรมาสที่ 2 ปี 2567. <https://www.yalacity.go.th/content/general>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2021, พฤศจิกายน 29). *ถอดบทเรียนเมืองยะลา ต้นแบบสมาร์ทซิตี้ แบบ Smart Governance หนุน TourisEconomy*. <https://mgronline.com/smes/detail/9640000117975>
- วรรณศิริ, ภ., และนิมจิรัตน์, ส. (2023). การวิเคราะห์คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านอาหารในการเลือกใช้แพลตฟอร์มเดลิเวอรี่แพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(4), 188-204. <https://so04.tcithaijo.org/index.php/neuarj/article/view/266038>
- ศูนย์ข้อมูลเปิดภาครัฐจังหวัดยะลา. (2025, มีนาคม 13). *จำนวนร้านอาหารที่ผ่านมาตรฐาน Clean Food GoodTaste*. [https://yala.gdcatalog.go.th/dataset/dataset\\_24\\_14/resource/1dc1e92c-bf0e-4dc8-b8a5-249f5acff014](https://yala.gdcatalog.go.th/dataset/dataset_24_14/resource/1dc1e92c-bf0e-4dc8-b8a5-249f5acff014)



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

---

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2024). ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มปี 68 คาดขยายตัว 4.6% มูลค่าตลาด 657,000 ล้านบาท. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/IAO111-Restaurant-Industry-FB-16-12-2024.aspx>

เหล่าวิโรจน์กุล, ธนพร. (2023). การบริการบนแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารของแพลตฟอร์มในทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 15(1), 87-101.