



**JOURNAL OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES
THONBURI UNIVERSITY**
(GRADUATE STUDIES)

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยธนบุรี
(ฉบับบัณฑิตศึกษา)

Vol. 1 No.1 January-April 2023
ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2566



E-issn (Online)-xxxx-xxxx



วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ บุคลากร นักวิชาการอิสระ ตลอดจนนักศึกษา และเชื่อมโยงโลกแห่งวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งเผยแพร่องค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาสังคมส่วนรวม
2. เพื่อเป็นสื่อกลางและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ ให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการ
3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางวิชาการของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกสถาบัน

เจ้าของวารสาร

มหาวิทยาลัยธนบุรี

ผู้ดำเนินการ

ดร.บัญชา

เกิดมณี

อธิการบดี มหาวิทยาลัยธนบุรี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงษ์

อินฟ้าแสง

มหาวิทยาลัยธนบุรี

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ

ทีฆทรัพย์

มหาวิทยาลัยธนบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.สำราญ

ผลดี

มหาวิทยาลัยธนบุรี

อาจารย์ ดร.ธนวรรณ

แห่งข่าว

มหาวิทยาลัยธนบุรี

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์

นิลสุข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล

มีอำพล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์

ฉิมะสังคนันท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนาอุส

ธนิต

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ อาจารย์

มีอินทร์เกิดมีสิทธิ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นักรบ

ระวังการณ์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ

บุญเจริญ

วิทยาลัยนครราชสีมา

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ (มกราคม – เมษายน, พฤษภาคม – สิงหาคม และ กันยายน – ธันวาคม) ของทุกปี

พิมพ์ที่

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธนบุรี

คณะกรรมการกลั่นกรอง (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรัช	ถิ่นธานี	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพลิน	ตรงเมธีรัตน์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญญา	วสุศรี	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญ์	อภิปัญญาภรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์	กฤษณบุตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร	อินทรสมพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ	อินทร์รักษ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชาติ	พวงสมจิตร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา	ชั้นทอง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ศิริ	ภูพงษ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิปไตย	โสทธิวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุพา	สารุโณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรีณี	มณีศรี	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน	โสสมณวัตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพิมล	สัมพันธ์พงษ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาภรณ์	อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดาร์รัตน์	สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร	ทองแพง	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายพิน	ปั้นทอง	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ดร.วิญญู	ปรอยกระโทก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.รัชฎา	ข้าบุญ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ดร.เอกนรี	ทุมพล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ฝ่ายจัดการ และเลขานุการบรรณาธิการ

ศรัณย์ธร	บรรจงคณิต	มหาวิทยาลัยธนบุรี
กัลยรักษ์	วิริยมาโน	มหาวิทยาลัยธนบุรี
แสงดาว	เข็มโคตร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
บุญจิรา	เจรจาปรีดี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
เอนก	นามพันธ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
กุลยา	สุขพงษ์ไทย	มหาวิทยาลัยธนบุรี
พสุกิตต์	จันทร์แจ่ม	มหาวิทยาลัยธนบุรี

ประเภทของบทความที่รับตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article)
2. บทความวิชาการ (Review Article)

ภาษาที่รับตีพิมพ์

1. ภาษาไทย
2. ภาษาอังกฤษ

ขอบเขตของบทความที่รับตีพิมพ์

1. บริหารธุรกิจ การจัดการ และการบัญชีทั่วไป
2. การตลาด
3. เศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงินทั่วไป
4. สังคมศาสตร์ทั่วไป
5. การศึกษา

ติดต่อสอบถาม

Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University (Graduate Studies)

วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี (ฉบับบัณฑิตศึกษา)

ที่อยู่ : สำนักงานคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี เลขที่ 248 เพชรเกษม 110 แขวงหนองค้างพลู
เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

วันและเวลาที่เปิดทำการ : วันจันทร์ - วันพฤหัสบดี เวลา 09.00 - 16.00 น.

โทรศัพท์ : 02-8090823-25 ต่อ 225 โทรสาร : 02-8090832 อีเมล: gddjournal.thonburi-u.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี (ฉบับบัณฑิตศึกษา) นี้ จัดทำขึ้นเป็นปีที่ 1 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2566 เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ บุคลากร นักวิชาการอิสระ ตลอดจนนักศึกษา และเชื่อมโยงโลกแห่งวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งเผยแพร่องค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาสังคมส่วนรวม โดยมีบทความวิจัยและบทความวิชาการ ที่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์จำนวน 5 เรื่อง โดยแบ่งเป็นบทความวิจัยจำนวน 5 เรื่อง ซึ่งบทความทั้งหมดได้ผ่านกระบวนการพิจารณาคุณภาพตามมาตรฐาน จากผู้ทรงคุณวุฒิตรงตามศาสตร์สาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและวัฒนธรรมโลกนั้นมีหลายประเด็นที่กระทบกับสังคมและวัฒนธรรมไทยอันประกอบไปด้วยประเด็น 1) การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) 2) การขาดแคลนแรงงานทักษะสูงและมีความสามารถเฉพาะทาง 3) ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะการปฏิวัติอุตสาหกรรมแบบเดิมสู่อุตสาหกรรม 4.0 และ 5.0 ตามลำดับ และ 4) การเคลื่อนไหวของกระแสวัฒนธรรมโลกที่รวดเร็วขึ้นในยุคดิจิทัล (Digital Disruption) จากประเด็นดังกล่าวประเทศไทยจำเป็นต้องปรับตัวตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปโดยการพัฒนาคนของประเทศไทยมีการศึกษาเพิ่มสูงขึ้น พัฒนากำลังคนที่มีทักษะและองค์ความรู้สูงทั้งปริมาณและคุณภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองการเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมใหม่ เพิ่มทักษะการคิด วิเคราะห์ ความสามารถคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดี เพื่อปรับเปลี่ยนค่านิยมและพฤติกรรมสังคมไทยให้สามารถปรับตัวเข้ากับ กระแสใหม่ของโลกได้ ซึ่งสถาบันทางการศึกษาต้องเข้าไปมีบทบาทและมีส่วนร่วมเพื่อร่วมแก้ไขและหาแนวทางการพัฒนาประเด็นต่างๆ ให้ดีขึ้น

ทางกองบรรณาธิการจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนา วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี(ฉบับบัณฑิตศึกษา)นี้ โดยต้องขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสถาบันที่เสียสละเวลา ถิ่นกรองบทความต่างๆ ขอขอบคุณนักวิจัยทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในการเผยแพร่ผลงานดังกล่าว อันนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงวิชาการต่อสาธารณะชนต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงษ์ อินฟ้าแสง

บรรณาธิการ

สารบัญ

CONTENTS

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2566

บทความวิจัย

1-13	การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม Perceived service quality that affects customer loyalty during the Covid-19 pandemic situation of the Public Health Center 30 Wat Chao Am. วิภารัตน์ อวยพร, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และพงษ์เทพ ภูเดช
14-24	ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย Readiness to Respond to Changes in the Global Market Context of the Thai Textile and Garment Industry. พนัส อุณหบัณฑิต, เกยูร ไยบัวกลิ่น
25-35	การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) Perceptions Safety Affecting Safety Behavior at Work of Production Staff by JD FOOD Public Company Limited สุภานันท์ เต็มมธุรพจน์, เสาวภา เมืองแก่น
36-46	แนวทางการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยวิธี ABC Analysis กรณีศึกษาบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร A Guideline to Improve the Warehouse Management of the Instant Products with the ABC Analysis: A Case Study of An Electronics Distributor in Samut Sakhon Province รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญวัชรวงศ์
47-57	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันภายใต้การยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานบริษัท เล้าแก่น้อย ฟู้ด แอนด์ มาเก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) Factors Affecting Decision to Use Mobile Application Services Under Technology Acceptance of Employees at Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited ธัญชทิพย์ หวานทอง, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญวัชรวงศ์

Received: Oct 15, 2022

Revised: Nov 8, 2022

Accepted: Jan 25, 2023

การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม

Perceived service quality that affects customer loyalty during the Covid-19 pandemic situation of the Public Health Center 30 Wat Chao Am.

วิภารัตน์ อวยพร¹, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์², พงษ์เทพ ภูเดช³

Wiparat Auyporn¹, Chatchai Laoketkarn², Pongtep Phudetch³

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²,

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา³

Master's degree student Master of Business Administration Degree Program Business Administration Thonburi University¹, Faculty of Business Administration Thonburi University², College of Logistics and

Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University³

w.wiparat030@gmail.com¹, Chatchai_lm@thonburi-u.ac.th², Pongtep.ph@ssru.ac.th³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการ และปัจจัยความภักดีของผู้รับบริการ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้มารับบริการศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาม จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา 1) ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.57 รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.51 และ 2) ระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอามเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.44 รองลงมา ได้แก่ ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.38 การรับรู้คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม และด้านการกระทำ พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้รับบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่น และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p value <.000)

คำสำคัญ: การรับรู้, คุณภาพการบริการ, ความภักดีในการเข้ามารับบริการ

Abstract

The objectives of this research (1) were to study the perceived factors of service quality. and the customer loyalty factor (2) to study the perceived influence of service quality. that affect the loyalty of service recipients during the Covid-19 epidemic situation Of the Public Health Service Center 30 Chao Am Temple The sample group used in this study was 400 people who received the service from the 30 Wat Chao Am Center. The data were analysed using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation. and using multiple regression analysis. Results 1) The level of

perceived quality of service when considering each aspect. with the highest average at 4.57, followed by the concreteness of the service 2) The level of loyalty of service recipients of 30 Chao Am Temples, when considering each aspect, found that the action aspect had the highest mean at 4.44, followed by the behavioural aspect with an average of 4.38 the perception of quality. Service that affects customer loyalty understanding in terms of feelings, behaviours and actions, it was found that the concreteness of the service Reliability of the service recipient Responding to service recipients' reassurance and attention to the service recipient has a linear relationship that affects the loyalty of the service recipient. was statistically significant (p value $<.000$).

Keywords: perception, quality of service, Loyalty in receiving services.

บทนำ

สถานการณ์ปัจจุบันของสังคมไทยนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อวิวัฒนาการของการพัฒนาสาธารณสุขตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและแผนพัฒนาสาธารณสุขที่ผ่านมาระบบบริการด้านสุขภาพของสังคมไทยนั้น ได้มีการพัฒนาตามลำดับขั้น แต่ถึงอย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยได้มีการพัฒนาการทางด้านสาธารณสุขอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการบริการด้านสุขภาพได้มากขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันพบว่าคนไทยมีค่าเฉลี่ยอายุยืนขึ้น ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนในทศวรรษที่ผ่านมาและสังคมไทยได้ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ การเจ็บป่วยและเสียชีวิตเปลี่ยนจากโรคติดต่อเป็นหลักเปลี่ยนแปลงมาเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งส่วนใหญ่มักเกิดจากพฤติกรรมสุขภาพของมนุษย์ ได้แก่ โรคเมเรียม ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคหัวใจ และหลอดเลือด ฯลฯ จากผลการสำรวจสุขภาพของคนไทย พบว่า มักไม่รู้ตัวว่าเป็นโรคเรื้อรังหรือกลุ่มที่รู้ว่าเป็นโรคเรื้อรังนั้นส่วนใหญ่ยังไม่สามารถควบคุมอาการของโรคและดูแลรักษาตนเองได้อย่างถูกต้อง ซึ่งภาวะดังกล่าวนำมาซึ่งภาวะทุพพลภาพในที่สุด ทำให้มีภาวะพึ่งพิงในการดำรงชีวิต และมีผู้สูงอายุจำนวนเพิ่มขึ้นที่ต้องการได้รับการดูแลสุขภาพจากบุคคลในครอบครัวหรือสังคมต่อไป (ประสิทธิ์ พิริยะไพบุลย์, 2559) ทำให้คนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพตนเองมากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจทางด้านสุขภาพขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้นทั้งการส่งเสริมสุขภาพ การบำบัดรักษาอาการความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ถือเป็นการเสริมสร้างสมรรถนะด้านร่างกายภายหลังกระบวนการจัดการรักษา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) กล่าวว่าการดำเนินงานด้านการประกอบการในการให้บริการด้านสุขภาพนั้น เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคบริการและเศรษฐกิจโดยรวมของไทย ได้แก่ ธุรกิจการบริการทางการแพทย์ (สำนักงานค้าบริการและการลงทุนกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554)

ในปัจจุบันได้เข้าสู่ประชาคมอาเซียนและอาจมีแนวโน้มที่สมาชิกเพื่อนบ้านในประชาคมอาเซียนได้เข้ามาใช้บริการในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและศูนย์ความเป็นเลิศทางการแพทย์หลายแห่ง ดังนั้นธุรกิจด้านสุขภาพจึงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก โรงพยาบาลทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนได้ตระหนักถึงคุณภาพการบริการของหน่วยงานตนเองว่าจะสร้างกลยุทธ์อย่างไรเพื่อให้ผู้มารับบริการหรือลูกค้าได้มีความรู้สึกพอใจต่อการให้บริการซึ่งโรงพยาบาลต่าง ๆ ก็ได้คาดหวังว่าผู้ที่มารับบริการจะมีความพึงพอใจในการบริการนั้น ๆ และผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นอย่างมากก็ต่อเมื่อมีคุณภาพการบริการที่ดีเช่นเดียวกัน (Norazah, 2014) ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็ได้มีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพการบริการของตนไว้ เช่น การบริการมีความรวดเร็ว ความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ ความพร้อมทางด้านการแพทย์และบุคลากร และการให้ข้อมูลการรักษาพยาบาล เป็นต้น (รุ่งดาว ดีดอกไม้, 2555; ลัคนา ฤกษ์สุผล, 2554; สรณันท์ อนุชน, 2556) ตลอดจนหน่วยงานที่มีขนาดย่อยลงมาคือ ศูนย์บริการสาธารณสุข ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักของกรุงเทพมหานคร มีหน้าที่ให้บริการด้านการแพทย์และสาธารณสุขในระดับปฐมภูมิ ครอบคลุม 4 มิติ ด้านการสร้างเสริมสุขภาพ ตามกลุ่มเป้าหมาย

อย่างทั่วถึง เสริมสร้างความรู้ ความตระหนักของประชาชนเพื่อนำไปสู่การมีพฤติกรรมสุขภาพทั้งด้านกาย ใจ อารมณ์ และสังคมที่เหมาะสม โดยเสริมพลังสร้างการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการดูแลสุขภาพตนเอง ด้านการป้องกัน ควบคุมโรค โดยเฉพาะโรคติดต่อ ได้ทันเวลาและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการภัยพิบัติด้านการรักษาพยาบาลในระดับปฏุมภูมิที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้อย่างรวดเร็ว ทั่วถึง รวมทั้งพัฒนาระบบการส่งต่อกับเครือข่ายบริการสุขภาพ และด้านการฟื้นฟูสุขภาพ มีบริการเยี่ยมผู้ป่วย โดยทีม สหวิชาชีพ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล เภสัชกร นักสังคมสงเคราะห์ รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดบริการสวัสดิการสังคม และสังคมสงเคราะห์ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายการแข่งขันในการปรับปรุงการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐให้มีการบริการรวดเร็ว ความถูกต้อง และการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการให้สูงขึ้นนั้น ถือว่าเป็นความท้าทายอย่างมากของโรงพยาบาล และหน่วยงานการบริการด้านสาธารณสุข เช่นเดียวกันนั้นทางศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม สังกัด สำนักงาน กรุงเทพมหานคร มีเขตพื้นที่รับผิดชอบจำนวน 5 เขตพื้นที่ ได้แก่ 1) แขวงบางขุนนนท์ 2) แขวงบ้านช่างหล่อ 3) แขวงบางขุนศรี 4) แขวงอรุณอมรินทร์ และ 5) แขวงศิริราช เป็นองค์กรภาครัฐหน่วยงานหนึ่งที่มีความพยายามจะพัฒนาปรับปรุงรูปแบบคุณภาพการให้บริการแก่กลุ่มผู้คนที่เข้ามาใช้บริการ แต่เนื่องจากเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายใต้อสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี ตลอดจนคุณภาพชีวิตและสุขภาพของประชากรทั้งโลกอย่างรุนแรงและรวดเร็ว ในช่วงตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา สถานการณ์โรคระบาดครั้งนี้ได้เปลี่ยนชีวิตผู้คนอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน จากการติดโรคนี้นับเป็น ร้อยล้านคน (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2564) จากหลักการและเหตุผลทั้งหมด รวมทั้งสภาพปัญหาทั้งภายนอกและภายในประเทศที่เกิดขึ้น ล้วนเป็นปัญหาที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งฐานข้อมูลด้าน การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอามให้มีคุณภาพที่ดีต่อไปนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการ และปัจจัยความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม
3. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลในการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาจากผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงหรือพัฒนาเชิงนโยบายการบริหารจัดการในด้านการให้บริการของของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม กับทุกสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

5. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาจากผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงหรือพัฒนาเชิงปฏิบัติการบริหารจัดการในด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม กับทุกสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด

6. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาจากผลการวิจัยที่ได้มาเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการในด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม กับทุกสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด

วิธีดำเนินการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลที่เข้ามาใช้บริการจากศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สิทธิในการรักษาพยาบาล ระยะทางฯ และเขตพื้นที่อยู่อาศัย

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรับรู้การให้บริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

ความภักดีของผู้รับบริการ หมายถึง ข้อผูกพันอย่างลึกซึ้งซึ่งจะให้การอุปถัมภ์หรือซื้อซ้ำในการซื้อบริการที่ตนเองพึงพอใจอย่างเป็นประจำในอนาคต ซึ่งจะเป็นลักษณะการซื้อตราสินค้าในแบบเดิม หรือซื้อในชุดของตราสินค้าแบบเดิม โดยที่การแปรเปลี่ยนพฤติกรรมเยี่ยงนี้ได้รับอิทธิพลมาจากผลกระทบสถานการณ์และมีความพยายามของความสามารถการตลาด ประกอบด้วย ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และด้านการกระทำ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า (Parasuraman, et al, 1985) ซึ่งได้มีการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าที่เรียกว่า SERVQUAL นั้น ได้ค้นพบที่มีความคาบเกี่ยวในบางมิติของคุณภาพการบริการเดิม 10 ด้าน จึงได้ลดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการให้เหลือเพียง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 4) การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และ 5) ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี หมายถึง พฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการที่เกิดความผูกพันในระยะยาวโดยกลับมาใช้บริการซ้ำ และการมีทัศนคติที่ดีโดยนึกถึงเป็นอันดับแรก เมื่อมีโอกาสจะบอกเล่าแนะนำให้คนใกล้ชิดและผู้อื่นได้ทราบเกี่ยวกับประสบการณ์ที่มาใช้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างความภักดีของผู้รับบริการ (Singh, J. & Saini, S. 2016) โดย Oliver (1999) กล่าวว่า ความภักดีสามารถจำแนกได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) เข้าใจ (Cognitive) 2) ความรู้สึก (Affective) 3) พฤติกรรม (Conation) และ 4) การกระทำ (Action)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุกัญญา มีสามเสน วรณี เขาวนสุขุม และบุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ (2556) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับคุณภาพการบริการโดยรวมและรายด้านทุกด้านของโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับสูง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดปทุมธานี มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ในระดับสูง ยืนยันว่าคุณภาพการบริการประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อถือไว้วางใจที่สนองตอบต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีค่าน้ำหนักน้อยกว่าปัจจัยอื่น และ 2) เมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการของ

โรงพยาบาลกับมาตรฐานที่กำหนดจากคณะกรรมการบริหารของโรงพยาบาล โดยกำหนดค่าเกณฑ์มาตรฐานเท่ากับ 3 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทุกด้านมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานในทุกด้าน

นพวรรณ จงสง่ากลาง วรวรรณ สโมสรสุข และธนบรรณ อุทองมาก (2559) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ผลการวิจัยพบว่า ผู้มารับบริการเห็นด้วยต่อการตอบสนองและด้านการดูแลเอาใจใส่แล้วเห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการสร้างความมั่นใจต่อการรับรู้คุณภาพบริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์ฯ และโมเดลการรับรู้คุณภาพบริการที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจาก $X^2 = 52.43$ $df = 50$ $p\text{-value} = 0.37999$ $GFI = 0.982$ $AGFI = 0.957$ $RMSEA = 0.012$ แล้วการรับรู้คุณภาพบริการในด้านการสร้างความมั่นใจมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

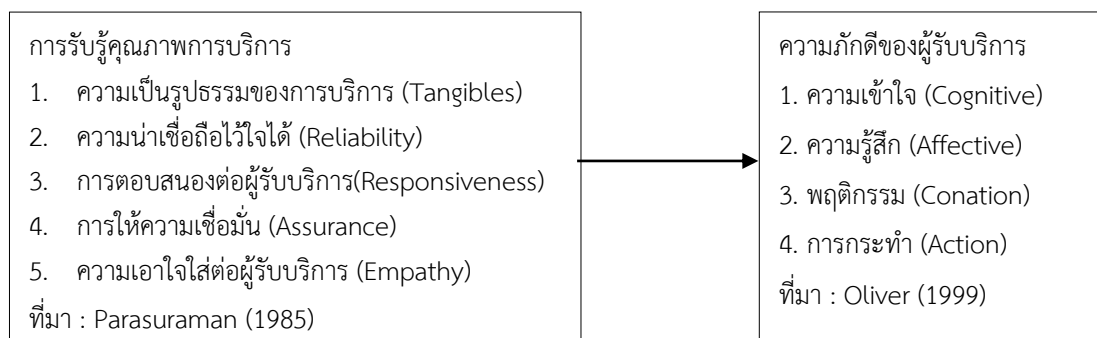
ช่อดาว เมืองพรหม (2562) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน พบว่า ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

การรับรู้คุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการกำหนดกรอบแนวคิดคุณภาพการให้บริการ และการรับรู้คุณภาพของ Parasuraman. et al. (1985) อธิบายว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการนั้นต้อง ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) ให้ความเชื่อมั่น และ 5) เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ทั้งนี้ในส่วนของความภักดี ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดของ ซิมาภรณ์ สิทธิชัย (2558) (Oliver,1999) ประกอบด้วย 1) ความเข้าใจ 2) ความรู้สึก 3) พฤติกรรม และ 4) การกระทำ มาเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาดังแผนภูมิภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการพยากรณ์ การรับรู้คุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มารับบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาม โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% (กัลยา วาณิชขันธ์, 2545) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้จำนวน 385 ตัวอย่าง ดังนั้น เพื่อให้ข้อมูลการวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่เกิดจากการพัฒนาโดยการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้สรุปและจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รายเดือน สวัสดิการในสถานพยาบาล ระยะทาง และเขตพื้นที่อยู่อาศัย ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามในรูปแบบการตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการบริการ ซึ่งคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ โดยที่สามารถวัดระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ ระดับการรับรู้มากที่สุด ระดับการรับรู้มาก ระดับการรับรู้ปานกลาง ระดับการรู้น้อย และระดับการรู้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความภักดีของผู้รับบริการศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาม ซึ่งคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ด้าน ดังนี้ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และด้านการกระทำ โดยที่สามารถวัดระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับความภักดีมากที่สุด ระดับความภักดีมาก ระดับความภักดีปานกลาง ระดับความภักดีน้อย และระดับความภักดีน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งมีความรู้ ความสามารถ เกี่ยวกับงานวิจัยและงานที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความถูกต้องในการใช้ภาษา และครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความเหมาะสมของแบบสอบถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ได้ค่าความตรงของเนื้อหา (IOC) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมและมีความตรงเชิงเนื้อหาดี

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกันและมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างโดยทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 ราย ที่ศูนย์บริการสาธารณสุขแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) แบบครอนบาค (Cronbach, Lee Joseph, 1974) ซึ่งก็จะได้อัลฟาที่ได้มาจะปรากฏค่าความเชื่อมั่นที่ได้มาของแบบสอบถามนี้ทั้งฉบับ (กัลยา วาณิชขันธ์, 2544) ซึ่งค่าที่ได้จะต้องได้มากกว่า 0.7

ขึ้นไปและสำหรับการศึกษาในครั้งนี้พบว่าแบบสอบถามการรับรู้คุณภาพการให้บริการของศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาวาส ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (α) เท่ากับ 0.96 และแบบสอบถามความภักดีของผู้รับบริการศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาวาส ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (α) เท่ากับ 0.98 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยทั้ง 2 ชุด มีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยโดยการเก็บแบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1) ขอนหนังสือรับรองจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์จากผู้อำนวยการของศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาวาส ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) นำหนังสือรับรองจากหลักสูตรฯเสนอหัวหน้าพยาบาลกลุ่มงานการพยาบาลและการบริหารทั่วไป เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลผู้รับบริการ เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Try out) เกี่ยวกับ การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด และนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง

3) ผู้วิจัยได้มีการเตรียมแบบสอบถามเพื่อให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูล หลังจากนั้นก็นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางด้านสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (1) ค่าร้อยละ (Percentage) (2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ (3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลของค่าอิทธิพลระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ เป็น 3 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 237 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.25 มีอายุ 66 ปีขึ้นไป มีจำนวน 236 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.00 จบการศึกษาประถมศึกษา มีจำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 สมรส/อยู่ด้วยกันโดยไม่ได้สมรส มีจำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.5 แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ มีจำนวน 345 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 224 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 สิทธิในการรักษาพยาบาลบัตรทอง มีจำนวน 378 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.50 ระยะการเดินทางระหว่าง 1-3 กิโลเมตร มีจำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.75 ในเขตพื้นที่อยู่อาศัย มีจำนวน 334 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.50

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาวาสในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาวาสในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยสรุปภาพรวม

ลำดับที่	สรุปภาพรวม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.51	0.26	มากที่สุด
2	ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้รับบริการ	4.57	0.26	มากที่สุด
3	ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.24	0.38	มากที่สุด
4	ด้านการให้ความเชื่อมั่น	4.40	0.26	มากที่สุด
5	ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.29	0.29	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.40	0.29	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ระดับการรับรู้ของผู้รับบริการศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.57 รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.51 และด้านการให้ความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยที่ 4.40 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยสรุปภาพรวม

ลำดับที่	โดยสรุปภาพรวม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านความเข้าใจ	4.32	0.30	มากที่สุด
2	ด้านความรู้สึก	4.28	0.41	มากที่สุด
3	ด้านพฤติกรรม	4.38	0.39	มากที่สุด
4	ด้านการกระทำ	4.44	0.36	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.35	0.37	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์ฯ 30 วัดเจ้าอาาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.44 รองลงมา ได้แก่ ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.38 และ ด้านด้านความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise ในการพยากรณ์การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม โดยภาพรวม

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	b	Beta	t-value	p value
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.167	.144	3.168	.286
ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจต่อผู้รับบริการ	.176	.153	3.363	.002*
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	.159	.202	4.457	.001*
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	.267	.229	5.086	.000*
ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	.098	.093	3.168	.000*
ค่าคงที่ (Constant)	.496		1.069	.286
R = 14.3 R ² =.143 F = 14.282 p value <.000				

การศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม

โดยภาพรวม พบว่า มีตัวแปรการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจต่อผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงความภักดีของผู้รับบริการ ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p value <.000)

ซึ่งตัวแปรทั้ง 5 ตัวรวมพยากรณ์ สามารถร่วมกันทำนายความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ร้อยละ 14.3 (R² = .143) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

ความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19) = 0.496 + .176 (ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจต่อผู้รับบริการ) + .159 (ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ) + .267 (ด้านการให้ความเชื่อมั่น) + .098 (ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ)

เขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังต่อไปนี้

ความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 = 0.153 (ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจต่อผู้รับบริการ) + 0.202 (ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ) + 0.229 (ด้านการให้ความเชื่อมั่น) + 0.093 (ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ)

สรุปผล

การวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้รับบริการในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาาม ผู้วิจัยได้สรุปผลและอภิปรายผลแต่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยสรุปภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.57 รองลงมาได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.51 และ ด้านการให้ความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยที่ 4.40 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ช่อดาว เมืองพรหม (2562) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี เช่นเดียวกับงานวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน (2558) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร สาขาสำนักราชดำเนิน ว่าเป็นรูปธรรมของการบริการ และการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการด้านพฤติกรรม ด้านทัศนคติ และความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยรวมในทิศทางบวกที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการ Parasuraman, et al. (1985) อธิบายว่า การให้บริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งได้มีการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของลูกค้าที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และ 5) ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy)

2. ระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ระดับความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการกระทำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.44 รองลงมา ได้แก่ ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.38 และ ด้านความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.32 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน (2558) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร สาขาสำนักราชดำเนิน เช่นเดียวกับแนวคิดความภักดีของผู้รับบริการ Singh, J. & Saini, S. (2016) อธิบายว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เกิดความผูกพันในระยะยาวโดยกลับมาใช้บริการซ้ำ และการมีทัศนคติที่ดีโดยนึกถึงเป็นอันดับแรก เมื่อมีโอกาสจะบอกเล่าแนะนำให้คนใกล้ชิดและผู้อื่นได้ทราบเกี่ยวกับประสบการณ์ที่มาใช้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างความภักดีของผู้รับบริการ นอกจากนี้ (Oliver, 1999) อธิบายว่า ความภักดีสามารถจำแนกได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเข้าใจ (Cognitive) 2) ความรู้สึก (Affective) 3) พฤติกรรม (Conation) และ 4) การกระทำ (Action)

3. อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า มีตัวแปรการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการที่ร่วมกันทำนายอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีของผู้รับบริการศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p value $< .000$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี ปันติ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการจากพยาบาลในหอผู้ป่วยในในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลอิทธิพลเส้นทางตามสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบอิมตัว ($\chi^2 = 0.00$, $df = 0$, P -value = 1.00, RMSEA = 0.00) โดยพบว่า ตัวแปรด้านการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจากพยาบาลและด้านการรับรู้ราคาค่าบริการทางการแพทย์จากพยาบาล มีอิทธิพลเส้นทางทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการผู้ป่วยในโดยอิทธิพลเส้นทางทางอ้อมผ่านความพึงพอใจการบริการโดยรวม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ โสรังจระราช เถระพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำหรับอิทธิพลของการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีในการเข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาามในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 นั้นสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ควรนำฐานข้อมูลดังกล่าวมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนานโยบายเพื่อเสริมสร้างระบบการให้บริการกลุ่มองค์กร

- (1) ด้านความเป็นรูปธรรม ควรมีการพัฒนาแนวนโยบายในการบริการเชิงรุกด้วยระบบการดูแลผ่านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ ทางแพทย์ที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
- (2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ ควรมีการพัฒนาแนวนโยบายการสร้าง ความน่าเชื่อถือผ่านการปฏิบัติงานด้วยการบริการที่เป็นมิตรที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้ตนเองปลอดภัย
- (3) ด้านการตอบสนอง ควรมีการพัฒนาแนวนโยบายการให้บริการที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการผ่านฐานข้อมูลการนำเสนอความต้องการของผู้รับบริการ
- (4) ด้านการให้ความเชื่อมั่น ควรมีการพัฒนาแนวนโยบายการสร้าง ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการผ่านการนำเสนอผลการดำเนินงาน ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ดำเนินงานของบุคลากรที่มีให้แก่ผู้รับบริการ
- (5) ด้านความเอาใจใส่ ควรมีแนวนโยบายในการพัฒนาระบบการดูแลผู้รับบริการอย่างทั่วถึง ใช้รูปแบบการดูแลแบบเครือข่ายเชิงรุกทั้งในและนอกสถานพยาบาลที่ให้บริการ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

สำหรับอิทธิพลของการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีในการเข้ามารับบริการของศูนย์บริการสาธารณสุข 30 วัดเจ้าอาวาสในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 นั้นสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ควรนำฐานข้อมูลดังกล่าวมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาแนวนโยบายเพื่อเสริมสร้างระบบการให้บริการกลุ่มองค์กร ผู้บริหารองค์กรควรนำฐานข้อมูลดังกล่าวมาสร้างตัวชี้วัดการประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสู่การสร้างระบบการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของมารับบริการเพื่อให้บุคลากรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมและสนับสนุนการให้บริการเพื่อสร้างความภักดีในการเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการ รวมถึงการศึกษาคุณภาพชีวิตครอบครัวของผู้รับบริการแรงงานเพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนาระบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการที่มีความครอบคลุมทั้งในมิติของลักษณะทางกายภาพ และชีวภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2564). รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ฉบับที่ 390. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th>.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). ธุรกิจบริการ: สปาและนวดไทย. กรุงเทพฯ: สำนักการค้าบริการและการลงทุน.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). หลักสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิริติ บันดาลสิน. (2558). การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ช่อดาว เมืองพรหม. (2562). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

- นพวรรณ จงสง่ากลาง วรวรรณ สโมสรสุข และธนบรรณ อู่ทองมาก. (2559). การรับรู้คุณภาพบริการของผู้มารับบริการ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 26(2): 329-342.
- ประสิทธิ์ พิริยะไพบุลย์. (2559). *การศึกษาการดูแลสุขภาพด้วยตนเองของครอบครัวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. กรุงเทพฯ: กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.
- มาลินี ปันดี. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการจากการพยาบาลในหอผู้ป่วยในในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลาง*. คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- รุ่งดาว ดีดอกไม้. (2555). ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรณีฉุกเฉินในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 2(4): 121-138.
- ลัคนา ฤกษ์ศุภผล. (2554). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคลินิกส่งเสริมสุขภาพโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. *วารสารการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, 18(3): 145-159.
- ศิมาภรณ์ สิทธิชัย. (2558). การวัดความภักดีของลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม. *วารสารนักบริหาร*, 35(1): 66-70.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโอกาสของไทยในการรุกตลาดอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <http://www.ksmcare.com>.
- สรานันท์ อนุชน. (2556). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการที่ห้องอุบัติเหตุฉุกเฉิน โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 14(3): 159-169.
- สุกัญญา มีสามเสน วรณี เขาวนสุขุม และบุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ (2556). คุณภาพการบริการของโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 7(1): 35-48.
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). *คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of Psychological testing*. New York: Harper and Row. p.161.
- Norazah, M. S. (2014). The Potential for Greener Consumption: Some Insights from Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16): 11-17.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63: 33-34. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/1252099>.
- Parasuraman, et al. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49: 41-50.
- Singh, J. & Saini, S. (2016). Importance of CEM in CRM-CL framework. *Journal of Modelling in Management*, 11(1): 91-115.

Translated Thai References

- Anuchon, S. (2013). Factors Effect to Client satisfaction toward the Services of the Emergency Accidental room at Phramongkutklao Hospital. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, 14(3), 159-169. (in Thai)
- Bandalsin, G. (2015). *Recognition of the quality of services that affects the loyalty of savings bank customers to the service*. Thesis Master of Business Administration, Graduate School, Silpakorn University. (in Thai)
- Dee-Dokmai, R. (2012). Satisfaction with the quality of emergency private hospital services in Bangkok and its vicinity. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Administration*, 2(4): 121-138. (in Thai)

- Department of disease control. (2021). *Ministry of Health. Coronavirus Situation Report 2019. Emergency Operations Center No.390*. Retrieved January 20, 2022, from <https://ddc.moph.go.th>. (in Thai)
- Department of Trade Negotiations. (2011). *Business Services: Spa and Thai Massage*. Bangkok: Bureau of Trade, Services, and Investment. (in Thai)
- Jongsong, N. Samosornsuk, W. and Aathongmak, T. (2016). Recognition of the quality of services of visitors to Thammasat Hospital. *Journal of Science and Technology*, 26(2): 329- 342. (in Thai)
- Kasikorn Research Center. (2012). *The health tourism business offers Thailand's opportunity to penetrate the ASEAN market*. Retrieved February 10, 2022, from <http://www.ksmecare.com>. (in Thai)
- Meesamsen S., Choawasukum W., Pinyoanuntapong B. (2013). Service Quality of Community Hospital, Pathum Thani Province. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 7(1): 35-48. (in Thai)
- Muangprom, C. (2019). *Public satisfaction with the quality of service provided by Thonburi Hospital*. Graduate School, Siam University. (in Thai)
- Pandee, M. (2019). *Factors influencing the loyalty of nursing patients in inpatient wards in private hospitals in the Central District*. Faculty of Interdisciplinary Christian University. (in Thai)
- Piriyapaiboon, P. (2016). *Family self-care education in the Northeast*. Bangkok: Public Health Support Division Department of Health Services Support. (in Thai)
- Rerksupphol, L. (2011). Satisfaction of service recipients to health promotion clinics, Hospital, Somdet Phra Theprattana Ratchasuda Medical Center, Siam Boromrajakumari. *Journal of Medicine and Health Sciences*, 18(3): 145–159. (in Thai)
- Sittichai, S. (2015). Measuring Customer Loyalty for Hotel Industry. *Journal Executive*, 35(1): 66-70. (in Thai)
- Theraphan, S. (2018). *Quality of service and managing relationships with service recipients affects trust, satisfaction. And the loyalty of users of private hospitals in Pathum Thani province*. Master of Business Administration Thesis, Bangkok University. (in Thai)
- Vanichbuncha, K. (2001). *Principles of statistics*. 6th Ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Vanichbuncha, K. (2002). *Statistical analysis: Statistics for administration and research*. 6th Ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

Received: Nov 6, 2022

Revised: Nov 21, 2022

Accepted: Jan 25, 2023

ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย Readiness to Respond to Changes in the Global Market Context of the Thai Textile and Garment Industry.

พนัส อุนหับนิต¹, เกยูร ไยบัวกลิ่น²Panut Aunhabundit¹, Kayoon Yaibuakin²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²Faculty of Business Administration Thonburi University¹,Faculty of Business Administration Thonburi University²Panus_aunhabunbit@gmail.com¹, kayoon50@hotmail.com²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการศึกษาแนวโน้มตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบบริบทความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก ประชากร ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ปฏิบัติงานในธุรกิจสิ่งทอที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 192 แห่ง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในธุรกิจสิ่งทอขนาดใหญ่ มีลักษณะการจดทะเบียนบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 16 ปีขึ้นไป และ มีการทำธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและจำหน่ายต่างประเทศ การตอบรับบริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจไทยพบว่า ภาพรวมธุรกิจสิ่งทอไทยมีการตอบรับจากการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย พบว่า ภาพรวมมีความพร้อมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ธุรกิจสิ่งทอไทย, ตลาดโลก, การเปลี่ยนแปลง, ความพร้อม

Abstract

The objectives of this research were 1) to study trends in responding to competition under the changing context of Thai textile business in the global market. 2) To study and compare the context of readiness to respond to changes in competition of Thai textile business in the world market. The right population was a sample group, i.e. those working in textile businesses located in Bangkok and its vicinity, totaling 192 places. The tools were used. It is a questionnaire for research purposes. This research used statistics used to analyze data consisting of percentage, arithmetic mean and standard deviation. The study found that most of the respondents Performing duties in a large textile business having the characteristics of registering a limited company Has been operating for 16 years or more and has a business to sell domestically and internationally. Responding to the change in the Thai business context, it was found that the overall Thai textile business has responded to the change at a high

level. Readiness to respond to changes in competition in the global market of Thai textile businesses, it was found that the overall readiness in all aspects was at a high level.

Keywords: Thai textile business, the global market, change, readiness

บทนำ

จากการศึกษาข้อมูลการผลิตสิ่งทอของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทยเป็นหนึ่งในภาคการผลิตซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาความสำคัญทางเศรษฐกิจลดลงจากความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตและการตลาด ที่ลดลงเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาค ข้อจำกัดในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ผลิตขนาดกลางถึงขนาดเล็ก (Siribenjapruet Sirada, 2022) ความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทานในประเทศ ตลอดจนแนวโน้มการบริโภคและการผลิตที่เปลี่ยนไป อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการส่วนหนึ่งสามารถปรับตัวและต่อยอดการเติบโตได้ภายใต้ภาวะวิกฤติ ด้วยโครงสร้างและพัฒนาการของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ความท้าทายที่อุตสาหกรรมกำลังเผชิญ และกระแสการเปลี่ยนแปลงที่จะมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในอนาคตข้างหน้า นำไปสู่แนวทางการดำเนินนโยบายที่แก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม ถ้าวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังการนำเข้าและส่งออกของธุรกิจสิ่งทอของไทยมีการผลิตอำนาจในการต่อรองมากกว่าความสมดุลสืบเนื่องมาโดยตลอด (Thai Textile Industry Development Institute, 2012) ด้วยการดำเนินธุรกิจต่างประเทศของธุรกิจสิ่งทอไทยมีความหลากหลาย การผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศอยู่ในลำดับต้นๆของโลก ผลผลิตที่นิยมในต่างประเทศเป็นอันดับแรกอาทิเส้นด้าย เส้นใย และ ผ้าผืนสำเร็จรูป โดยเป็นสินค้าประเภทผ้าผืนสำเร็จรูปที่มีการส่งออกเป็นอันดับที่มากที่สุด ภายหลังจำนวนผลิตภัณฑ์สิ่งทอส่งออกจากประเทศไทยมีอัตราเฉลี่ยลดลงด้วยประเทศในอเมริกา และ ยุโรป เริ่มนิยมนำเข้าผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งทอจากกลุ่มประเทศ เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และ กัมพูชา เพิ่มมากขึ้น (Kasikom Research Center, 2012) ได้มีการวิเคราะห์รูปแบบการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันของสิ่งทอโลก ด้วยการระดมความคิดเห็นในโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา (Office of Small and Medium Enterprises Promotion , Ministry of Industry, 2016) ประกอบด้วย

หัวข้อที่ 1 ปัจจัยการตลาดรวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศการค้าของไทยมีผลกระทบจากแนวโน้มความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สิ่งทออย่างไร

หัวข้อที่ 2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการปรับเปลี่ยนของรูปแบบความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งทออย่างไร

หัวข้อที่ 3 ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลก มีการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่คุณค่าอย่างไร

หัวข้อที่ 4 การพัฒนาธุรกิจสิ่งทอไทย มีการตั้งรับต่อแนวโน้มรูปแบบการปรับเปลี่ยนอย่างไร

จากหัวข้อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่อกระทำการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ซึ่งจะต้องเตรียมความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย

ผลการวิเคราะห์แนวปฏิบัติในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ธุรกิจสิ่งทอไทยจึงต้องเตรียมความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย” เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตของธุรกิจสิ่งทอไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกแยกตาม ขนาดของธุรกิจ รูปแบบการจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และการทำธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและจำหน่ายต่างประเทศ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อการศึกษาแนวโน้มตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก
2. เพื่อศึกษาความพร้อมเปรียบเทียบตอบรับบริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก

คำถามวิจัย

ธุรกิจสิ่งทอไทยมีความพร้อมตอบรับเพื่อการแข่งขันจากการเปลี่ยนแปลงบริบทของตลาดโลกประเด็นใดบ้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้พิจารณาประชากรเพื่อการวิจัย จากผู้ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 370 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 192 คน

1. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ผลการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (Wiratchai Nongluck, 1999) ได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการแจกแบบสอบถามเท่ากับ 192 คน

2. ทำการแจกแบบสอบถามโดยสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือสำหรับการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสิ่งทอ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจสิ่งทอไทยเป็นข้อคำถามลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (checklist) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทยมีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความพร้อมตอบรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยมีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended)

การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 192 แห่ง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ทบทวนวรรณกรรม)

ประเด็นที่ 1 จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์สิ่งทอเกี่ยวกับผลกระทบต่อบริบทการแข่งขันของผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ด้วยการผลิตไร้พรมแดนและการย้ายฐานการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยการตลาดรวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศทางการค้าของไทย มีการปรับเปลี่ยนบทบาทของธุรกิจการผลิตและลูกค้า มีการการปรับปรุงแบบจาก Supply Chain เป็น Cluster Chain เพื่อเข้าสู่ระบบการแข่งขันทางสร้างสรรค์ในช่วงที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากขึ้น

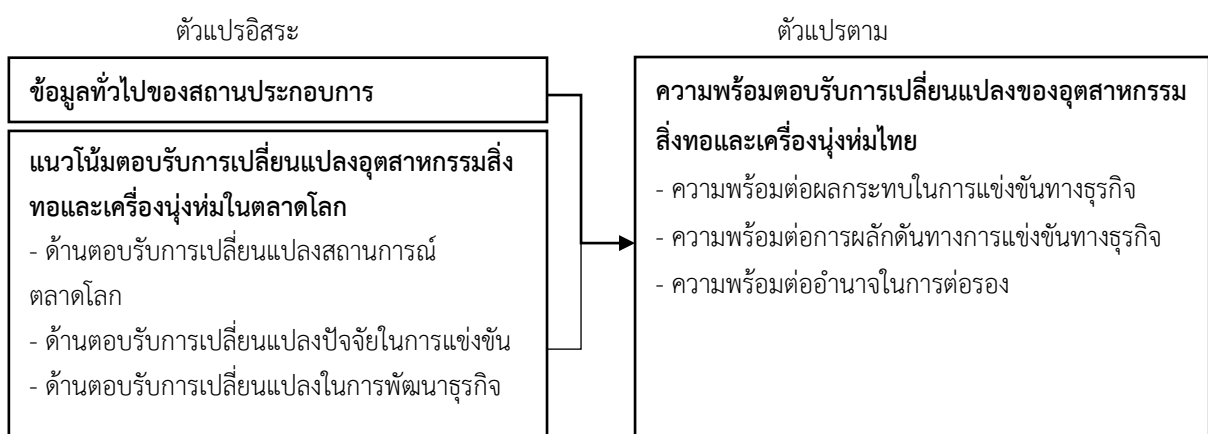
ประเด็นที่ 2 บทสรุปวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย SWOT Analysis เกิดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ พร้อมกับบทสรุปรูปแบบการแข่งขันผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยด้วย Five Force Model

ประเด็นที่ 3 ภาครัฐมีการส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานทางสาธารณะ ด้านบริหารจัดการธุรกิจ มีการจัดการตอบรับการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่มูลค่า ด้านการจัดการข้อมูลธุรกิจสิ่งทอ ด้านบริหารวัตถุดิบ ด้านนวัตกรรมการผลิตการวิจัยพัฒนา ด้านการบริหารและการตลาด รวมถึงด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของการจัดการทางธุรกิจ

ประเด็นที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่ส่งผลต่อคุณค่าธุรกิจทางลบ ที่ส่งผลต่อปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการปรับเปลี่ยนปัจจัยภายนอกที่ส่งผลทางบวก ทำให้เกิดแนวโน้มการปรับเปลี่ยนต่อการพัฒนาของธุรกิจผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย

เพื่อทำความเข้าใจในผลิตภัณฑ์พร้อมปัจจัยแวดล้อมโดยการสรุปทวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรคของธุรกิจผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ผลสรุปปัจจัยภายในและภายนอกอุตสาหกรรมด้วย SWOT Analysis (Kotler, P. 1994) ผลการวิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยสามารถมีความเจริญเติบโตได้ ทั้งจำหน่ายภายในประเทศ และการจัดจำหน่ายในกลุ่มอาเซียน รวมถึงกลุ่มอื่นๆ ในตลาดโลก ด้วยบทสรุปวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTLE (Francis J. Aguilar, 1967) อันส่งผลต่อปัจจัยหลายด้านที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากประเทศไทยประกอบด้วย นโยบายของภาครัฐซึ่งถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ ส่งเสริมสนับสนุนเพื่อการขับเคลื่อน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ด้วยการกำหนดทิศทางดำเนินการในทิศทางเดียวกัน เพื่อบรรลุตามเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าธุรกิจสิ่งทอไทยยังไม่มีมีการบูรณาการที่เหมาะสม ภาพรวมในระบบเศรษฐกิจพบว่า การบริโภคในประเทศมีมูลค่าร้อยละ 60 ของกำลังการผลิตที่เริ่มมีการลดจำนวนลง หลังจากสหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป เริ่มเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงิน การนำเข้าผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยเริ่มมีผลกระทบ พร้อมทั้งยังส่งผลต่อผลิตภัณฑ์สิ่งทอด้วยการขาดแคลน ผู้มีทักษะในการปฏิบัติงานที่ชำนาญงานที่เห็นได้ชัดคือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ผู้บริหารธุรกิจจึงต้องเตรียมพร้อมในการพัฒนาระบบการผลิตที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จากสรุปผลด้วยการวิเคราะห์โมเดล Five-Force (Porter, M. E, 1980) พบว่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยมีจุดแข็ง เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์รวมถึงต้นทุนในการผลิตที่ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถกำหนดแนวทางการวางแผนการพัฒนาความพร้อมเพื่อการแข่งขันของธุรกิจในการวิจัยให้เป็นรูปธรรม และ รูปแบบการเสริมสร้างนวัตกรรม ให้มีการผลิตสิ่งทอรูปแบบใหม่ๆ ตอบสนองแรงผลักดันในการแข่งขันของผู้บริหารธุรกิจในระบบ และนอกระบบที่มีปัญหาเกี่ยวกับลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย ผู้บริหารธุรกิจจึงต้องมีความพร้อมต่อการรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: Office of Small and Medium Enterprises Promotion (Ministry of Industry, 2016)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจสิ่งทอไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 192 แห่ง ส่วนใหญ่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจสิ่งทอขนาดใหญ่ จำนวน 105 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 54.68) มีการจดทะเบียนบริษัทจำกัด จำนวน 155 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 80.73) มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 16 ปีขึ้นไป จำนวน 123 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 65.10) และดำเนินการธุรกิจเพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและจำหน่ายนอกประเทศ จำนวน 145 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 75.52)

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตอบรับบริบทการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก

1. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตอบรับบริบทการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก ในภาพรวมพบว่า ธุรกิจของไทยมีการตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, $SD = 0.58$) และเรียงตามลำดับดังนี้คือ มีการตอบรับสถานการณ์ในการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลก ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.62$) มีการตอบรับปัจจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจสิ่งทอไทย ($\bar{X} = 3.71$, $SD = 0.68$) และมีการตอบรับคุณภาพการผลิตเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.66$) ตามลำดับ

2. ความพร้อมตอบรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทย ภาพรวมพบว่าธุรกิจสิ่งทอไทย มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.65$) สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ มีความพร้อมที่ส่งผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจการ ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.71$) มีความพร้อมในอำนาจต่อรองทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.72$) และมีความพร้อมต่อการผลักดันเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.68$) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบระดับความพร้อมการเปลี่ยนแปลงตอบรับบริบทการแข่งขันในตลาดโลก แยกตามขนาดรูปแบบการจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินการ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจสิ่งทอไทย

ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีขนาดของธุรกิจรูปแบบการจดทะเบียน ระยะเวลาการดำเนินการ และการดำเนินงานของกิจการ มีแนวโน้มตอบรับความพร้อมการเปลี่ยนแปลงบริบทการแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอแตกต่างกัน

1. ขนาดของธุรกิจสิ่งทอที่แตกต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันของตลาดโลก ด้านตอบรับเกี่ยวกับปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีรูปแบบการจดทะเบียนต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์สิ่งทอโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนของตลาดโลก ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนในการพัฒนาธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สิ่งทอในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนของตลาดโลก ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนในการพัฒนาธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจต่างกันมีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งทอในตลาดโลกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนของตลาดโลก ด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการแข่งขัน และด้านตอบรับการปรับเปลี่ยนในการพัฒนาธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามสมมติฐาน 6 ข้อ

สมมติฐาน	รายการ	ผลการทดสอบ
Ho:1	สมมติฐานที่ 1 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้านตอบรับการเปลี่ยนแปลง	ยอมรับ (Accepted)
Ho:2	สมมติฐานที่ 2 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้านตอบรับปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจ	ยอมรับ (Accepted)
Ho:3	สมมติฐานที่ 3 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยด้านตอบรับความสามารถในการแข่งขัน	ยอมรับ (Accepted)
Ho:4	สมมติฐานที่ 4 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ	ยอมรับ (Accepted)
Ho:5	สมมติฐานที่ 5 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านต่ออำนาจในการต่อรอง	ยอมรับ (Accepted)
Ho:6	สมมติฐานที่ 6 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีความพร้อมต่อเปลี่ยนแปลง การผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ	ยอมรับ (Accepted)

อภิปรายผล

ธุรกิจสิ่งทอไทยทั้งหมด 192 แห่ง เป็นธุรกิจสิ่งทอไทยที่มีขนาดใหญ่ รูปแบบการจดทะเบียนบริษัทจำกัด ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16 ปีขึ้นไป และมีการทำธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและจำหน่ายต่างประเทศ

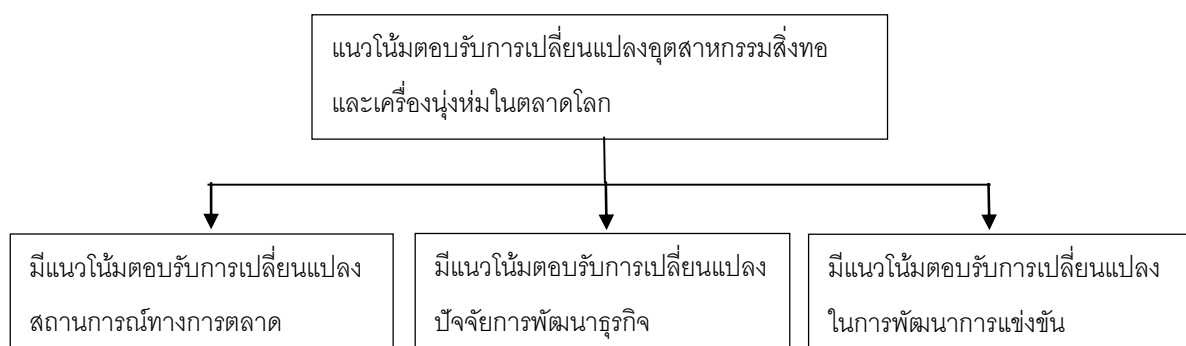
1. แนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจสิ่งทอในตลาดโลก ภาพรวมพบว่าธุรกิจสิ่งทอไทย มีการตอบรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกอยู่ในระดับมาก และเรียงตามลำดับดังนี้คือ มีการตอบรับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ มีการตอบรับปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจสิ่งทอ และมีการตอบรับการปรับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน

1.1 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงตอบรับสถานการณ์ของธุรกิจสิ่งทอไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยตอบรับสูงที่สุดคือ อำนาจต่อรองทางการค้า ด้านความต้องการของผู้บริโภค รองลงมาได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง ของธุรกิจ แรงผลักดันทางการแข่งขัน ด้วยการแข่งขันของตลาดโลกภาครัฐได้มีบทบาทส่งผลต่ออำนาจในการต่อรองทางธุรกิจ เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตเพื่อตอบรับการแข่งขัน สอดคล้องกับบทความในวารสาร Ministry of Commerce (2012) ได้สรุปไว้ว่า “การก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในปัจจุบันเพื่อขยายธุรกิจไปสู่ในต่างประเทศ เป็นการเตรียมความพร้อมกับการปรับตัวรองรับข้อตกลงใหม่ๆในกลุ่มประเทศที่ทำการค้า จากในอดีตแตกต่างจากปัจจุบันซึ่งรับงานมากมายทำได้ก็สามารถทำกำไรได้เท่านั้น แต่ในปัจจุบันพบว่าผลการผลิตเท่าใดหากกำไรไม่เจือจางต้องเน้นคุณภาพกับการบริการที่สร้างความพอใจ” ปัญหาที่พบในกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ การจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคล่าช้าไม่เป็นไปตามข้อตกลงเนื่องด้วย มีระบบการวางแผนด้านการผลิตที่ไม่เป็นความจริงไม่สามารถตอบรับกับสถานการณ์ปัจจุบันได้ ส่งผลกระทบต่อการวางแผนด้านการจัดซื้อ พร้อมทั้งการผลิตจากความเป็นจริง แสดงว่าผู้บริหารธุรกิจสิ่งทอไทยมีการตอบรับให้ความสำคัญต่อสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์สิ่งทออยู่ในมาก

1.2 มีแนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจสิ่งทอไทย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย แนวโน้มตอบรับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกมีผลกระทบในเชิงบวกทางการแข่งขัน สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทย (Solaphakul Phonkit, et al., 2021) แนวทางพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการ และบริหารต้นทุนของกิจการ ปรับเปลี่ยนจากการเป็นผู้

รับจ้างการผลิตในรูปแบบตามที่ลูกค้ากำหนดไว้ เปลี่ยนเป็นการพัฒนานวัตกรรมการผลิตที่เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบให้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิม เสนอแนวคิดให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือปรับเปลี่ยนคิดค้นการผลิตภายใต้ตราสินค้าของตัวเองด้วยการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) เพื่อสร้างนวัตกรรม และการรวมกลุ่มเป็น Cluster ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน การสร้างตราสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาบุคลากรเพียงพอับความต้องการโดยเน้นคุณภาพเป็นสำคัญเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจสิ่งทอไทย

1.3 มีแนวโน้มตอบรับความสามารถในการเปลี่ยนแปลงบริบทแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย รายการที่มีค่าเฉลี่ยการตอบรับสูงที่สุดคือ นวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อการผลิตและความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในตลาดโลก คุณภาพการจัดการวัตถุดิบเพื่อการแข่งขัน ความสามารถในการนำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศการวิจัยนำมาใช้ในการจัดการเพื่อแข่งขันในตลาดโลก สอดคล้องกับ (Infahsaeng, Anupong, 2017) ทำการศึกษา ศักยภาพการปรับตัวเข้าสู่ตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พบว่าธุรกิจสิ่งทอไทยมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก โดยมีการปรับตัวดังนี้ มีการปรับตัวต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ มีการปรับตัวต่ออำนาจในการต่อรอง และการปรับตัวต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเว็บไซต์เพื่อใช้ในการติดตามงาน สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน



ภาพที่ 2 แนวโน้มตอบรับการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก

ที่มา: พันธ อุณหบัณฑิต และเกียร ใยบัวกลิ่น (ผลสรุปการวิจัย 2565)

2. ความพร้อมตอบรับการแนวโน้มการแข่งขันภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอไทยในตลาดโลก ความพร้อมของธุรกิจสิ่งทอไทยมีความพร้อมต่อการสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพร้อมตอบรับแนวโน้มบริบทการเปลี่ยนแปลงดังนี้ คือ ความพร้อมต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ความพร้อมต่อผลกระทบในการแข่งขันทางธุรกิจ และความพร้อมต่ออำนาจในการต่อรอง ตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังนี้

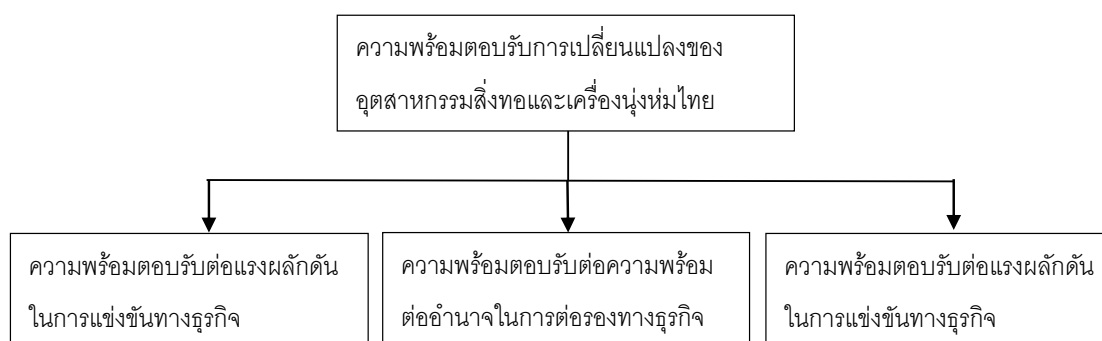
2.1 ความพร้อมตอบรับต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ความพร้อมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยความพร้อมต่อแรงผลักดันสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาคือ ความพร้อมเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต และความพร้อมเพื่อพัฒนาวัตถุดิบต้นน้ำที่ขาดแคลนตามลำดับ ส่วนข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยความพร้อมต่ำที่สุด 3 อันดับสุดท้าย คือ ความพร้อมเพื่อการจัด Road Show ผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับโลก รองลงมาคือ ความพร้อมเพื่อพัฒนาข้อมูลการตลาดในระดับโลก และความพร้อมเพื่อพัฒนาการสื่อสารกับผู้ให้ทุนสนับสนุนในการแข่งขันระดับโลกตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ Auekarn Choocheep, et. al (2014) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา

อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อการแข่งขันระดับโลกเรื่องผลกระทบขององค์การค้าโลกที่มีต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย คือ องค์ประกอบในการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาด้วยการกำหนดนโยบายแต่ละด้านตาม อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อการแข่งขันระดับโลก ทั้ง 6 องค์ประกอบ ดังนี้คือ (1) ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้วยการส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพร้อมด้วยพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอห่วงโซ่มูลค่า (2) ด้านการสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์คุณภาพผลิตภัณฑ์ การสร้างตราผลิตภัณฑ์สัญชาติไทย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (3) ด้านการพัฒนาการตลาดเชิงรุกด้วยสารสนเทศการตลาดและการมอบหมาย ด้วยจัดให้มีหน่วยงานเพื่อเป็นศูนย์กลางรับผิดชอบเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ พร้อมทั้งการปรับรูปแบบการจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร (4) เพื่อพัฒนาคุณภาพ บุคลากรด้านแรงงาน ด้วยการฝึกทักษะแรงงานเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอ รวมทั้งการพัฒนาการบริหารแรงงานจากภายนอกประเทศให้เป็นระบบ (5) มีการกำหนดรูปแบบนโยบายระหว่างประเทศเพื่อเป็นฐานข้อมูลเกิดประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมในธุรกิจสิ่งทอไทย ศึกษานโยบายกฎหมายระหว่างประเทศ และ (6) ส่งเสริมสนับสนุนด้านปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการตอบสนองการแข่งขันระดับสากล และเปิดเสรีเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจสิ่งทอไทย

2.2 ความพร้อมตอบรับต่ออำนาจในการต่อรองทางธุรกิจ มีความพร้อมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อรายการที่มีค่าเฉลี่ยความพร้อมสูงที่สุดคือ ความพร้อมเพื่อพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพการผลิต รองลงมาคือ ความพร้อมคงสภาพของฐานการผลิต การเสริมสร้างการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง และ ความพร้อมในการส่งออกผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องอาศัยพ่อค้าคนกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ Phudet Pongthep, (2017) ทำการศึกษาเรื่อง ตัวแบบการพัฒนาผู้จัดหาวัตถุดิบในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย ปัจจัยด้านการพัฒนาผู้จัดหาวัตถุดิบ โดยส่งผ่านปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน บทสรุปในการจัดสนทนาระดับกลุ่ม โดยใช้กลยุทธ์ที่นำเสนอแบ่งเป็นสองส่วนประกอบด้วย 1. สร้างความร่วมมือด้วยการพัฒนาผู้จัดหาด้านวัตถุดิบ มีระบบการควบคุมวัตถุดิบที่เข้มงวด มีคุณภาพ และวัตถุดิบให้สามารถแข่งขันต้องควบคุมต้นทุนได้อย่างมีคุณภาพ 2. ผู้จัดหากับผู้ซื้อจะต้องบูรณาการความร่วมมือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าร่วมกัน จะเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะผลักดันให้ธุรกิจสิ่งทอไทยรับมือกับกระแสการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นได้

2.3 ความพร้อมตอบรับต่อแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจ ความพร้อมอยู่ในระดับมาก หัวข้อที่มีความพร้อมสูงที่สุดคือ ความพร้อมตอบรับในการเสริมสร้างกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความพร้อมในการขยายช่องทางในการจัดจำหน่าย ความพร้อมการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ความพร้อมในการหาแหล่งเงินทุน ความพร้อมในการสร้างระบบตรวจสอบระบบการผลิต ความพร้อมออก ตามกฎ ระเบียบ กติกา เพื่อพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับข้อบังคับทางการค้าระหว่างประเทศ และความพร้อมเพื่อเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามลำดับสอดคล้องกับการศึกษาของ Saepoo Parichat, (2016) ทำการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย กรณีศึกษาอุตสาหกรรมพิมพ์ผ้า ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอุตสาหกรรมกลางน้ำ ที่ต้องอาศัยเงินลงทุนมาก และอาศัยเทคโนโลยีการผลิตระดับปานกลางถึงระดับสูง ซึ่งยังไม่สามารถผลิตเครื่องจักรเหล่านี้เองได้จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนั้นแล้ววัตถุดิบต่างๆ เช่น ผ้าด้ายดิบ สารเคมี สารฟอกย้อมพิมพ์ต่างๆ ประเทศไทยก็ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเช่นกัน เพื่อนำมาใช้สอยในประเทศ รวมทั้งนำมาพัฒนา ปรับเปลี่ยน สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าส่งออกต่อไป นอกจากนั้นแล้วไทยยังพยายามพัฒนาทั้งคุณภาพสินค้า

คุณภาพแรงงานให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดโลกที่มีคู่แข่งจำนวนมาก แสดงว่าธุรกิจสิ่งทอไทย
ตระหนักในเรื่องเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนองอำนาจในการต่อรองในตลาดโลกเพื่อคงไว้ของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 3 ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย

ที่มา: พันธ อุณหบัณฑิต และเกียร ใยบัวกลิ่น (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ข้อเสนอแนะ

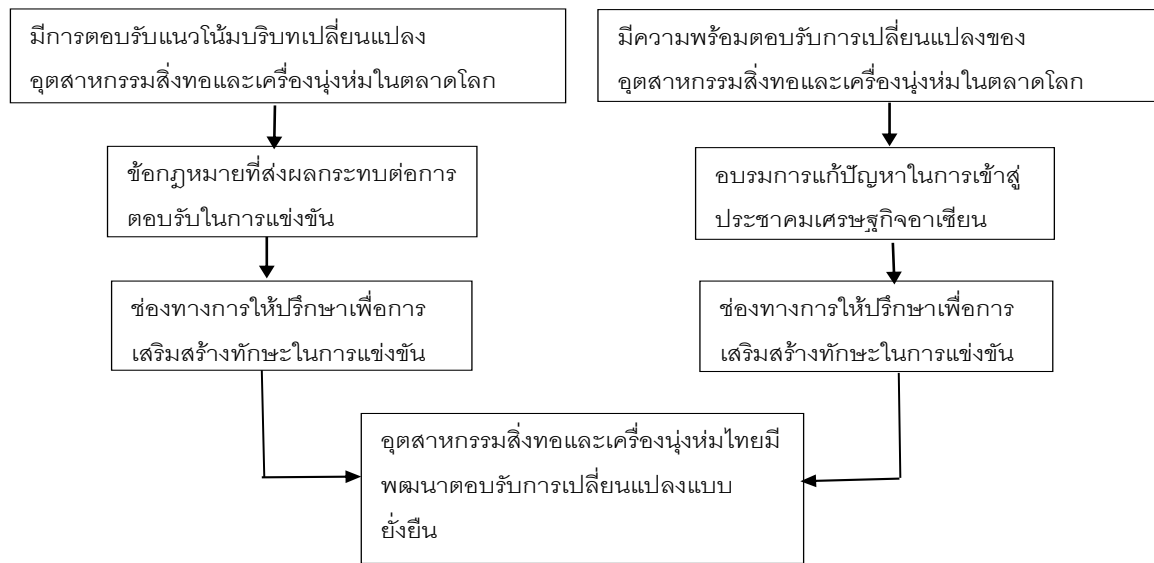
ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีการแนวโน้มตอบรับปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก กระทรวงอุตสาหกรรมควรสนับสนุนสถานประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยให้ตรงกับความพร้อมของสถานประกอบการเพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอข้อมูลตรงกับความพร้อมของธุรกิจสิ่งทอไทย ประกอบด้วย

- ออกกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อการตอบรับในการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทย
- ช่องทางการให้ปรึกษาเพื่อการเสริมสร้างทักษะในการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับธุรกิจสิ่งทอไทยอย่างต่อเนื่อง

2. ธุรกิจสิ่งทอไทยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสิ่งทอในตลาดโลกอยู่ในระดับมาก หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรมีการนำเสนอข้อมูลสำหรับวางแผนอบรมพัฒนาผู้บริหารธุรกิจสิ่งทอไทย ดังนี้

- จัดการอบรมการแก้ปัญหา อุปสรรค ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยอำนาจต่อรองที่เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจสิ่งทอไทย
- จัดการอบรมพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต แหล่งทุนเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทย



ภาพที่ 4 แนวทางการดำเนินการตอบรับความพร้อมบริบทการเปลี่ยนของธุรกิจสิ่งทอไทย

ที่มา: พันธ อุดมบัณฑิต และเกียร ใยบัวกลิ่น (ผลสรุปการวิจัย 2565)

สอดคล้องกับความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงบริบทตลาดโลกของธุรกิจสิ่งทอไทยเพื่อนำผลการศึกษารับปรุง พัฒนาความพร้อมกับการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอไทยในการแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2552). *อนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ชูชีพ เอื้อกาญจน์ และคณะ. (2557) แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยเพื่อการแข่งขันระดับโลก. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 8(1): 35-50.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การวิเคราะห์ห่วงโซาคุณค่า*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์. มหาวิทยาลัย.
- ปาริฉัตร แซ่มู. (2559). *อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการพิมพ์ผ้า*. กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พงษ์เทพ ภูเดช. (2560). *ตัวแบบการพัฒนาผู้นำด้านวัสดุสิ่งทอในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พลกฤต โสลาพากุล และคณะ. (2564). แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(3): 143-162.
- ศิรดา ศิริเบญจพุกษ์. (2565). สิ่งทอไทยไปต่ออย่างไรให้ยั่งยืน. *FOCUSED AND QUICK (FAQ) Issue 195*, 195(12): 1-10.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *มองเศรษฐกิจ ฉบับที่ 3257*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=28476>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม

- อนุพงษ์ อินฟ้าแสง. (2560). ศักยภาพการปรับตัวเข้าสู่ตลาดโลกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26): 104-115.
- Francis, J. Aguilar. (1967). *Scanning the Business Environment*. New York: Macmillan.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management analysis, planning, implementation, and control*. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.

Translated Thai References

- Auekarn, C., et. Al. (2014). The guidelines for thai textile industrial promotion and development for global competition. *Graduate Studies Journal Valaya Alongkorn Rajabhat University under royal patronage*, 8(1): 35-50. (in Thai)
- Infahsaeng, A. (2017). The Potential for adapting to the global market of The Thai Textile and Garment Industries. *Journal of Thonburi University*, 11(26): 104-115. (in Thai)
- Kasikorn Research Center. (2012). *Looking at the economy No. 3257*. Retrieved November 30, 2016, from <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=28476>. (in Thai)
- Ministry of Industry. (2012). *The Future of the Thai*. Bangkok: Textile Industry Bureau of Industrial Economic, Ministry of Industry. (in Thai)
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2016). *Report on the situation of small and medium enterprises*. Bangkok: Ministry of Industry. (in Thai)
- Phudet, P. (2017). *Model of material suppliers development for textile and garment industry of thailand*. Bangkok: College of logistics and supply chain Sripatum University. (in Thai)
- Saepoo, P. (2016). *Thai textile and garment industry Case study of fabric printing industry*. Faculty of Arts. Bangkok: Silpakorn University. (in Thai)
- Siribenjapruet, S. (2022). How can Thai textiles continue to be sustainable. *FOCUSED AND QUICK (FAQ) Issue 195*, 195(12): 1-10. (in Thai)
- Solphakul, P., et al. (2021). Management Guidelines to Increase Competitiveness Of Thai Garment Industry. *Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science)*, 11(3): 143-162. (in Thai)
- Wiratchai, N. (1999). *Meta-analysis*. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)

Received: Nov 13, 2022

Revised: Jan 6, 2023

Accepted: Jan 25, 2023

การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)

Perceptions Safety Affecting Safety Behavior at Work of Production Staff by JD FOOD Public Company Limited

สุภานันท์ เต็มมธุรพจน์¹, เสาวภา เมืองแก่น²

Supanan Termmathurapoj¹, Saowapha Muangkaen²

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Master's Degree Student Master of Business Administration Degree Program Business Administration

Thonburi University¹, Faculty of Business Administration Thonburi University²

supanan2533@gmail.com¹, ops_tru@thonburi-u.ac.th²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) (2) ศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) และ (3) ศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งหมด 175 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.974 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า (1) การรับรู้ด้านความปลอดภัยของพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้ด้านความปลอดภัย (2) พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ (3) การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้, ความปลอดภัย, พฤติกรรมความปลอดภัย

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the safety perceptions of the production staff at the JD FOOD public company, (2) to study the safety behavior of the production staff at the JD FOOD public company, and (3) to study the safety perceptions which affect to the safety of production staff at the JD FOOD public company. The participant of this study was production workers at JD FOOD public company limited consisting of 175 people. the research instrument was a questionnaire that

had statistics consisting of frequency reliability Analysis 0.974 , percentage, mean, and standard deviation. The results of the study found that and found a multiple regression analysis. The hypothesis testing statistics use in multiple regression analysis. The results of the study found that (1) the perceived safety of the production staff has averaged at a high level. The most perceived safety statistic was safety knowledge, followed by an awareness of security policies, (2) the safety behavior of the production staff has averaged at a high level. The most statistic is the ability to use tools, machines, and equipment, followed by security management, (3) the safety perceptions which affect the safety behavior of the production staff. The results of static found that the perception of information, the safety behavior of production staff which had a statistically significant level of 0.05

Keywords: Perception, Safety, Safety behavior

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมอาหารที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในกระบวนการผลิต มีความจำเป็นต้องใช้แรงงานในการควบคุมเครื่องมือ และเครื่องจักร เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้เกิดปัญหาด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน ในธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งนี้ปัญหาด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานนั้น ส่งผลผลกระทบทั้งทางร่างกายและทรัพย์สินขององค์กร รวมไปถึงการแข่งขันทางการค้า โดยจะส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับองค์กรธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการต้องทำงานในสภาพของการแข่งขัน เร่งรีบ ทำงานแข่งกับเวลา รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มุ่งแต่ผลผลิตจนกระทั่งขาดความสนใจในเรื่องความปลอดภัย ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอันตรายจากการประสูติอุบัติเหตุของคนงาน เกิดการบาดเจ็บ หรือเสี่ยงต่อโรคที่เจ็บป่วยทุกขั้วทรมาณ ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ จนกระทั่งเสียชีวิตได้ (ธนา รัตนโสภา, 2560) ซึ่งอัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานจากข้อมูลการรายงานประสูติอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานของลูกจ้าง ปี 2559-2563 พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นความรุนแรงกรณีหยุดงานไม่เกิน 3 วัน เฉลี่ยร้อยละ 68.27 ต่อปี รองลงมา คือ กรณีหยุดงานเกิน 3 วัน เฉลี่ยร้อยละ 29.71 ต่อปี กรณีสูญเสียอวัยวะบางส่วน เฉลี่ยร้อยละ 1.34 ต่อปี กรณีตาย เฉลี่ยร้อยละ 0.67 ต่อปี และกรณีทุพพลภาพ มีสัดส่วนน้อยที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 0.02 ต่อปี ของจำนวนลูกจ้างที่ประสูติอันตรายจากการทำงานทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ดังนั้นการรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัย โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวางแผนด้านความปลอดภัย การรับรู้เกี่ยวกับการป้องกันอันตรายและการรับรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบในการทำงาน การรับรู้ด้านความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ สื่อสารให้ความรู้ และข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงานทราบเพื่อให้เกิดความตระหนักให้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดระบบความปลอดภัยด้วย ดังนั้นปัญหาด้านความปลอดภัยในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมอาหาร เช่น พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ข่าวสารด้านความปลอดภัยที่จะปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานความปลอดภัย ซึ่งเป็นสาเหตุและความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยหรือการสูญเสียชีวิตความปลอดภัยในการทำงานจึงมีความสำคัญในการวางแผน การบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ความสำคัญในด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงานหรือเจ็บป่วยจากการทำงาน จึงต้องมีหน่วยงานความปลอดภัย เพื่อดูแลดำเนินการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และสามารถควบคุมดูแลให้พนักงานภายในบริษัทปฏิบัติตามข้อกำหนด รวมถึงการประชาสัมพันธ์ทางด้านอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการให้ข้อมูลข่าวสารกับพนักงานทราบด้วย จากรายงานสถิติการเกิด

อุบัติเหตุภายในโรงงานของบริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์อาหารโดยการอบผลผลิตจากพืช และผลิตเครื่องปรุงรส ผู้ผลิตและส่งออกมะพร้าวอบกรอบรายหลักของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2563 - 2564 พบว่ามีจำนวนการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น (บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน), 2565) การให้ความสำคัญในสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยจะต้องปกป้องสุขภาพและสวัสดิภาพของพนักงาน เพียงเท่านั้น แต่ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบาดเจ็บจากการทำงานได้อีกด้วย (M. Shahriari, and M. E. Aydin, 2019)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยภายในองค์กร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการรับรู้ด้านความปลอดภัย เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่ได้รับ

เป็นแนวทางและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการ และการดำเนินงานด้านความปลอดภัยในการทำงานได้อย่างยั่งยืน โดยจะเป็นประโยชน์ในด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ทั้งด้านนโยบายด้านความปลอดภัย ความรู้ด้านความปลอดภัย การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการมุ่งเน้นด้านความปลอดภัย ในการนำไปปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และปลอดภัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ทั้งหมดจำนวน 175 คน (สาวิตรี แสงนิล. สัมภาษณ์. 2565)

2. การสร้างเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม (Check list) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน และประสบการณ์ฝึกอบรมด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ด้านความปลอดภัย ได้แก่ นโยบายด้านความปลอดภัย ความรู้ด้านความปลอดภัย การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการมุ่งเน้นด้านความปลอดภัย ซึ่งการวัดผลโดยใช้มาตราประเมินค่า (Rating scale) เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนของการรับรู้ของพนักงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน แบ่งออกเป็น 5 สเกล คือ ระดับการรับรู้มากที่สุด ระดับการรับรู้มาก ระดับการรับรู้ปานกลาง ระดับการรู้น้อย และระดับการรู้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามระดับตามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ได้แก่ การปฏิบัติงาน การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ การจัดสภาพแวดล้อม และการจัดการด้านความปลอดภัย ซึ่งการวัดผลโดยใช้มาตราประเมินค่า (Rating scale) เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนของการปฏิบัติของ

พนักงานด้านพฤติกรรมปลอดภัยในการทำงาน แบ่งออกเป็น 5 สเกล คือ ระดับการปฏิบัติมากที่สุด ระดับการปฏิบัติมาก ระดับการปฏิบัติปานกลาง ระดับการปฏิบัติน้อย ระดับปฏิบัติน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity analysis) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารจัดการ และด้านการวิจัยประเมินผล จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความชัดเจนของการใช้ภาษา เพื่อให้เครื่องมือวิจัยครอบคลุมและเหมาะสม และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability analysis) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามนำไปวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (A-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผลจากการวัดค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องทั้ง 35 ข้อคำถาม มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้เกิน 0.70 โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (เยาวดี วิบูลย์ศรี, 2540) สามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างได้ทุกข้อคำถาม

การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

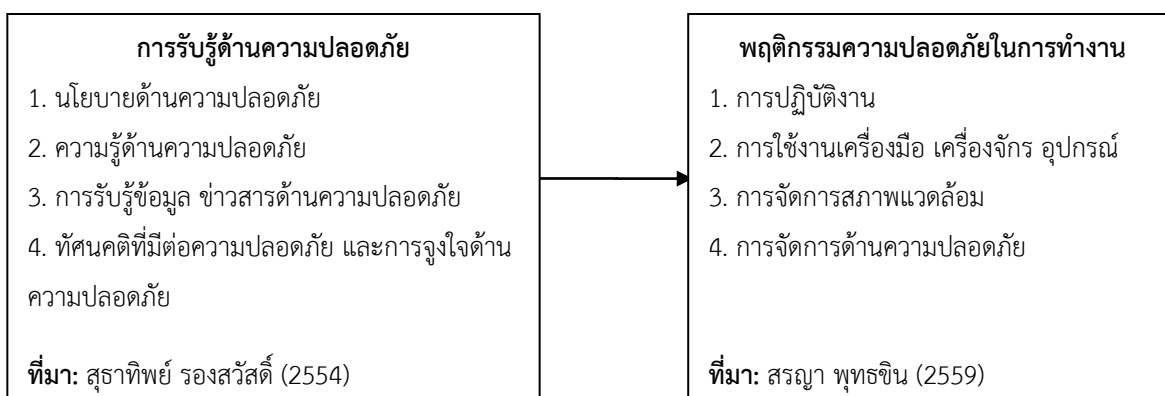
การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปสอบถามกับพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ทั้งหมดจำนวน 175 คน (สาวิตรี แสงนิล, สัมภาษณ์, 2565) ด้วยผู้วิจัยเอง สถานที่รวบรวมข้อมูล คือ บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยรวบรวมได้ทั้งหมด จำนวน 175 ชุด โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าความถี่และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ด้านความปลอดภัย ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติการวิจัย เพื่อการทดสอบหาความสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญ (Level of significance) ทางสถิติที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยประกอบด้วย ปัจจัยการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากร มีจำนวนทั้งหมด 175 คน เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วทำการตรวจสอบและนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ พนักงานฝ่ายผลิตบริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) เกินกึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง จำนวนคิดเป็นร้อยละ 62.3 ด้านอายุ มีช่วงอายุ 36- 45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 ด้านอายุงาน มีช่วงอายุงาน 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.1 ประสบการณ์ฝึกอบรมด้านความปลอดภัย ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ฝึกอบรมด้านความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 98.3

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นการรับรู้ด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันตรายภาคขึ้น และใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) พบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัย ได้แก่ นโยบายด้านความปลอดภัย ความรู้ด้านความปลอดภัย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัย ทักษะที่มีต่อความปลอดภัย และการสนใจด้านความปลอดภัย โดยมีรายละเอียดระดับความคิดเห็นการรับรู้ด้านความปลอดภัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ดังนี้

ลำดับ	การรับรู้ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ความรู้ด้านความปลอดภัย	4.12	0.655	มาก
2	การรับรู้ด้านนโยบายด้านความปลอดภัย	3.98	0.626	มาก
3	ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการสนใจด้านความปลอดภัย	3.93	0.582	มาก
4	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัย	3.89	0.648	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.98	0.627	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.627 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการรับรู้ด้านความปลอดภัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.655 รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ด้านนโยบายด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.626 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.648

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันตรายภาคขึ้น และใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) พบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ได้แก่ การปฏิบัติงาน การใช้งาน เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ การจัดสภาพแวดล้อม และการจัดการด้านความปลอดภัย โดยมีรายละเอียดระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)

ลำดับ	พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์	4.18	0.624	มาก
2	การปฏิบัติงาน	4.16	0.595	มาก
3	การจัดการด้านความปลอดภัย	4.12	0.633	มาก
4	การจัดสภาพแวดล้อม	3.98	0.710	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.11	0.640	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.640 เมื่อพิจารณาตามรายชื่อ พบว่า พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.624 รองลงมา ได้แก่ การปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.595 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การจัดสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.710

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) โดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	*p-value
ค่าคงที่ (Constant)	3.960	0.773	-	5.122	0.000
นโยบายด้านความปลอดภัย	0.586	0.240	0.168	2.444	0.016*
ความรู้ด้านความปลอดภัย	0.308	0.256	0.092	1.119	0.232
การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย	1.061	0.288	0.315	3.689	0.000*
ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการใส่ใจด้านความปลอดภัย	1.206	0.337	0.321	3.579	0.000*

$R=0.789$, $R^2=0.623$, $\text{Adj } R^2=0.614$, $F=70.235$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ภาพรวม พบว่าการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ได้แก่ นโยบายด้านความปลอดภัย การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย และทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการใส่ใจด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.623 แสดงว่าความสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.30 และเขียนสมการพยากรณ์พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต ได้ดังนี้

พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน (ภาพรวม)

= 3.960 + 1.206 (ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการใส่ใจด้านความปลอดภัย) + 1.061 (การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัย) + 0.586 (นโยบายด้านความปลอดภัย)

สรุปได้ว่า การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท เจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ภาพรวม สูงสุด คือ ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการใส่ใจด้านความปลอดภัย รองลงมา คือ การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย และนโยบายด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

สรุปผล

การศึกษาเรื่องการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท เจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) สามารถสรุปผลได้ดังนี้ 1) การรับรู้ด้านความปลอดภัยของพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเฉลี่ยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้ด้านความปลอดภัย รองลงมา ได้แก่ การรับนโยบายด้านความปลอดภัย ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย 2) พฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเฉลี่ย ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้งานเครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์ รองลงมา ได้แก่ การปฏิบัติงาน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การจัดสภาพแวดล้อม และ 3) การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานภาพรวม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ทัศนคติที่มีต่อความปลอดภัย และการใส่ใจด้านความปลอดภัย อยู่ที่ 1.206 การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย อยู่ที่ 1.061 และนโยบายด้านความปลอดภัยอยู่ที่ 0.586 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.623 สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.30

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท เจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท เจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้ด้านความปลอดภัย สามารถใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ได้อย่างถูกต้องตามที่ระบุไว้ในคู่มือการปฏิบัติงาน รวมถึงศึกษาคู่มือความปลอดภัยเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติงานและสามารถวางแผนควบคุมงานการทำงานเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดอุบัติเหตุ รองลงมา ได้แก่ พนักงานรับนโยบายด้านความปลอดภัย จึงให้ความสำคัญในเรื่องการรับรู้ความปลอดภัยทั้งต่อตนเองและส่วนรวม รับรู้รับทราบนโยบายความปลอดภัยรวมถึงการมีส่วนร่วม และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามนโยบาย และปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ซึ่งสอดคล้องกับ พลกิจ จงวัชรสถิตย์ (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานออนไลน์ (Hotline) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1, 2 และ 3 (ภาคกลาง) ผลการศึกษาพบว่าความรู้ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ ท่านรู้และเข้าใจว่างานของท่านมีอันตรายแฝงอยู่ ท่านจึงป้องกันอันตรายอย่างเหมาะสมทุกครั้งทีปฏิบัติงาน รองลงมา คือ ท่านรู้และเข้าใจวิธีปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัยในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และท่านรู้และเข้าใจมาตรฐานขั้นตอนการทำงานรวมถึงวิธีใช้งานอุปกรณ์ความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพงศ์ ปานศิริ (2558) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ ในโรงงานอุตสาหกรรม เขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ตามแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพซึ่งการศึกษานี้ได้แบ่งกลุ่มการรับรู้ตามแบบ

แผนความเชื่อด้านสุขภาพ แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ การรับรู้โอกาสเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ การรับรู้ความรุนแรงหลังการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน และการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคในการป้องกันอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ธนา รัตนโสภะ (2560) การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน บริษัท เอช-วัน พาร์ทส์ (ประเทศไทย) จากการศึกษา พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ด้านการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรอย่างถูกวิธี ด้านการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัย ด้านการเป็นผู้นำ ด้านความปลอดภัยของผู้บังคับบัญชา ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการติดตามและประเมินผลความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศสถานที่ทำงาน ด้านเกณฑ์ในการประเมินการปฏิบัติงาน และด้านนโยบายความปลอดภัยในการทำงาน อยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีการปฏิบัติงานและทำการการตรวจสอบการใช้เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ก่อนปฏิบัติงานทุกครั้ง มีการจัดเก็บอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ปลั๊กไฟ สายไฟ อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ถอดอุปกรณ์ป้องกันอันตรายของเครื่องจักรออกขณะเครื่องจักรทำงาน และมีการดำเนินการแก้ไขปรับปรุงอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ชำรุดหรือเสียหายก่อนนำไปใช้งาน รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีการปฏิบัติงานตามขั้นตอนและระเบียบวิธีการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วน ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน และก่อนการปฏิบัติงานกับสารเคมีได้ศึกษาเอกสารที่ระบุด้านความปลอดภัยที่แสดงถึงสัญลักษณ์เตือนอันตรายของสารเคมีนั้น ๆ รวมถึงทำการสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อติเรก ธรรมวงศ์ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน บริษัทสิริ ชัคเชส ซัพพลาย จำกัด ผลการศึกษา พบว่าการแสดงให้เห็นพฤติกรรมด้านการรับรู้หรือการตอบสนองต่อนโยบายอาชีวอนามัยด้านความปลอดภัย ได้แก่ พนักงานได้มีการตรวจสอบเครื่องมือ เครื่องจักร ก่อนเริ่มปฏิบัติงานทุกวันเป็นประจำ อยู่ในระดับปฏิบัติเป็นประจำ โดยมีค่าเฉลี่ย พฤติกรรมด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน อยู่ในระดับที่ปฏิบัติเป็นประจำ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พลกิจ จงวัชรสถิตย์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานฮอตไลน์ (Hotline) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1, 2 และ 3 (ภาคกลาง) ผลการศึกษา พบว่าค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณาพฤติกรรมความปลอดภัยในแต่ละข้อ ก็ให้ผลเช่นเดียวกับพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานในหัวข้อการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยในการทำงานอื่น ตามที่นายจ้างมอบหมายอยู่ในระดับที่มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการดำเนินการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานโครงการหรือแผนงานด้านความปลอดภัยที่นอกเหนือจากแผนการดำเนินงานที่กฎหมาย เช่น โครงการด้านความปลอดภัยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ หรืองานด้านความปลอดภัยที่แต่ละโรงงานอุตสาหกรรมกำหนดขึ้นมาเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติ นายจ้างจะค่อนข้างมีผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลทิพย์ เสงี่ยมชื่น (2562) ได้ศึกษาความตระหนักรู้ถึงความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน บริษัท เอ็ท.เอส. เพรสส์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่าความตระหนักรู้ถึงความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน โดยรวมมีระดับความตระหนักรู้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อเรียง พบว่าการใช้อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรที่ชำรุดเสียหาย เป็นการเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน พนักงานมีความตระหนักรู้เป็นลำดับแรก โดยมีระดับความตระหนักรู้ในระดับมาก รองลงมาคือ การทำตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดช่วยป้องกันความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน อยู่ในระดับมาก

3. ผลการศึกษารับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) การรับรู้

ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน) พบว่าการรับรู้ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ได้แก่ การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านความปลอดภัย ทักษะที่มีต่อความปลอดภัย และการใส่ใจด้านความปลอดภัย และนโยบายด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณเท่ากับ 0.623 แสดงว่าส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิต สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.30 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด กมลทิพย์ เสงี่ยมชื่น (2562) ได้ศึกษาความตระหนักถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงาน บริษัท เอ็ม.เอส.เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่าความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.024 และมีค่า Sig เท่ากับ 0.016 ซึ่งถือว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อติเรก ธรรมวงศ์ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน บริษัท สิริ ชัคเชส ซัพพลาย จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยด้านความปลอดภัยในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายด้านความปลอดภัย ด้านการกำกับดูแลด้านความปลอดภัย ด้านการให้ความรู้/อบรมด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อม หรือพื้นที่ในการทำงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สรญา พุทธชิน (2559) ได้ศึกษา ทักษะ การรับรู้ และพฤติกรรมในการทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม ปิ่นทอง จังหวัดชลบุรี พบว่าการรับรู้การปฏิบัติตามกฎหมายในการประเมินผล และทบทวนการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ แผนงานด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการนำไปปฏิบัติ และโครงสร้างการบริหารด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารควรมีนโยบายด้านความปลอดภัย โดยเฉพาะด้านการปฏิบัติงานที่ต้องใช้เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้ การใช้งานของอุปกรณ์เฉพาะด้านให้เกิดความเข้าใจ และมีกิจกรรมรณรงค์การปฏิบัติงานหรือมีการแข่งขันการปฏิบัติงานที่ถูกวิธีด้วยวิธีที่ปลอดภัย เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติ และความตระหนักต่อการปฏิบัติงาน
2. ผู้บริหารควรมุ่งเน้นทางด้านการจัดสภาพแวดล้อม โดยมีการกำหนดพื้นที่การทำงานให้มีความปลอดภัย โดยการจัดกิจกรรมโครงการอนุรักษ์การได้ยินในบริเวณที่มีเสียงดัง เพื่อเฝ้าระวังและควบคุมพื้นที่ทำงาน พร้อมทั้งมีการสื่อสารผ่านกิจกรรม Safety Day หรือสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ที่เป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวเพิ่มมากขึ้น
3. ผู้บริหารควรมีนโยบายมุ่งเน้นการจัดการด้านความปลอดภัย โดยให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และสนับสนุนกลยุทธ์เกี่ยวกับการรับรู้ด้านความปลอดภัย โดยการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น และพัฒนาหลักสูตรการอบรม เพื่อการเพิ่มทักษะการทำงาน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับหัวหน้างาน เพื่อการลดความสูญเสีย และการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากในการวิจัยในครั้งนี้ เน้นไปที่การศึกษาเฉพาะพนักงานฝ่ายผลิต ดังนั้นควรพิจารณาศึกษาวิจัยการรับรู้ด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความปลอดภัยของพนักงานฝ่ายอื่น ๆ เช่น ฝ่ายประกันคุณภาพ ฝ่ายวิจัยและ

พัฒนา ฝ่ายขายและการตลาด ให้ครอบคลุมทุกฝ่ายภายในองค์กร และพิจารณาศึกษาวิจัยในบริบทที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่กว้างมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ที่ส่งผลในการอธิบายถึงพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานได้มากขึ้น เช่น ความสุขในการทำงาน การสนับสนุนทางสังคม การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ เสี่ยมชื่น. (2562). *ความตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานบริษัท เอ็ม.เอส.เพริสท์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐพงศ์ ปานศิริ. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ ในโรงงานอุตสาหกรรม เขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธนา รัตนโสภะ. (2560). *การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานบริษัท เอช วัน พาร์ทส์ (ประเทศไทย) จำกัด*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน). (2565). *ข้อมูลบริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.jdfthailand.com/coperate.html>.
- พลกิจ จงวัชรสถิตย์. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัยของพนักงานฮอตไลน์ (Hotline) การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1, 2 และ 3 (ภาคกลาง)*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เยาวดี วิบูลย์ศรี. (2540). *หลักการวัดผลและการสร้างข้อสอบ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาวิจัยศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สรญา พุทธชิน. (2559). *ทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สาวิตรี แสงนิล. *ผู้เชี่ยวชาญหน่วยค่าจ้าง บริษัทเจดีฟู้ด จำกัด (มหาชน)*. 25 พฤษภาคม 2565. สัมภาษณ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *การประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน จำแนกตามความร้ายแรง (ในข่ายกองทุนเงินทดแทน) เป็นรายภาค และจังหวัด พ.ศ. 2554 - 2564*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/06.aspx>.
- สุชาติพงษ์ รองสวัสดิ์. (2554). *ปัจจัยการรับรู้เรื่องความปลอดภัยในการทำงาน ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ประจำปีการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จ.เชียงใหม่*. การศึกษาเฉพาะบุคคล หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดิเรก ธรรมวงศ์. (2564). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน บริษัท ลีรี ชัคเซล ชัพพลาย จำกัด*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการสิ่งแวดล้อม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Shahriari, M., & Aydin, M. E. (2019). *Reducing injuries applying behavior based safet*. Retrieved May 15, 2022, from <https://www.researchgate.net/profile/mehm-et-aydin-df>.

Translated Thai References

- Chongwatcharasatit, Ponlagit. (2020). *The causal factors affected to safety behavior of provincial authority hotline employee in are 1, 2 and 3 (Central Region)*. A Thesis for the Degree of Master of Business Administration, Silpakorn University. (in Thai)
- JD FOOD Public Company Limited. (2022). *JD FOOD Public Company Limited Data*. Retrieved May 15, 2022, from <https://www.jdfthailand.com/coperate.html>. (in Thai)
- National Statistical Office. (2021). *Occupational injuries or diseases to work by degree of loss (Covered by Wcf), Region and Province: 2011 - 2021*. Retrieved May 15, 2022, from <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/06.aspx>. (in Thai)
- Pansiri, Natthapong. (2015). *The study of safety behavior of safety officers in Surat Thani industries*. A Thesis for the Degree of master of Business Administration, Songkla University. (in Thai)
- Puttahnin, Soraya. (2016). *Attitudes perceptions safety behaviors in Pinthong Industrial Estate in Chonburi*. A Thesis for the Degree of Master of Business Administration, Burapha University. (in Thai)
- Rattanasopa, Thana. (2017). *Work safety management perceived of employees at H-ONE PARTS (Thailand) Company Limited*. An Independent Study for the Degree of Master of Business Administration, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage. (in Thai)
- Rongsawad, Suthatip. (2012). *Factors of safety in workplace and their influence at the operational level of employees' working behavior at the Provincial Electricity Authority Chiangmai Province*. An Independent Study for the Degree of Master of Business Administration, Bangkok University. (in Thai)
- Saengnil, Sawitree. *Payroll Specialist by JD FOOD Public Company Limited*. 25 May 2022. Interview. (in Thai)
- Sangiamchuen, Kamontip. (2019). *Awareness of safety and occupational health employee health of MS first enterprise Company Limited*. An Independent Study for the Degree of Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)
- Tummavong, Adirek. (2021). *Factors related to behavior safety, occupational health and working environment for employees Siri Success Supply Co.,Ltd*. An Independent Study for the Degree of Master of Science (Environmental Management), National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Viboonsri, Yaowadee. (1997). *Measurement principle and creating an exam*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

Received: Jan 9, 2023

Revised: Jan 25, 2023

Accepted: Jan 25, 2023

แนวทางการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยวิธี ABC Analysis กรณีศึกษา บริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร

A Guideline to Improve the Warehouse Management of the Instant Products with the ABC Analysis: A Case Study of An Electronics Distributor in Samut Sakhon Province

รัตนา ธัญญเจริญ¹, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์², เชษฐภณัญญ์ ปัญญาวงศ์³

Ratthana Thanyajarean¹, Chatchai Laoketkarn², Chetphanat Panyavacharawongse³

นักศึกษานิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²,

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์แองโกล³

Master's degree student Master of Business Administration Thonburi University¹,

Faculty of Business Administration Thonburi University², Faculty of Logistics and Aviation Technology

Southeast Bangkok University³

noot.ratthana1994@gmail.com¹, Chatcha_lm@thonburi-u.ac.th², chetphanat@southeast.ac.th³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหา และสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยวิธี ABC Analysis เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่พนักงานคลังสินค้าจำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ปัญหาโดยใช้แผนผังก้างปลา ข้อมูลในการแบ่งกลุ่มสินค้าใช้ข้อมูลสินค้าขายดี ที่เกิดขึ้นในรอบไตรมาสสุดท้ายของปี 2564 ผลการศึกษพบว่า มี สินค้ากลุ่ม A 5 รายการ มูลค่า 4,612,182 บาท สินค้ากลุ่ม B 10 รายการ มูลค่า 725,112 บาท และ สินค้ากลุ่ม C 35 รายการ มูลค่า 273,456 บาท ตามตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (ILPI) กิจกรรมที่ 6 การจัดการคลังสินค้า พบว่า 1) มิติ ด้านเวลา (ILPI6T) ระยะเวลาเฉลี่ยของการจัดเก็บก่อนปรับปรุง อยู่ที่ 20 วัน และหลังปรับปรุง อยู่ที่ 13 วัน 2) มิติด้านความ น่าเชื่อถือ (ILPI6R) ความแม่นยำของสินค้าคงคลัง พบว่า ก่อนปรับปรุงอยู่ที่ร้อยละ 84.91% และหลังปรับปรุงอยู่ที่ร้อยละ 99.98% ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของระบบการจัดการคลังสินค้า และการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การเพิ่มประสิทธิภาพ, สินค้าคงคลัง, การวิเคราะห์ เอ บี ซี

Abstract

The current research purposes were to study (1) problems and cause related to the warehouse management of the instant products and (2) a guideline to improve the management of the instant product warehouse with the ABC analysis. The key informants of this qualitative research were six warehouse employees. A research instrument was a semi-structured interview and participatory observation forms. The fishbone diagram analyzed the problems. Data that were used to

classify, including the best-selling products in the fourth trimester of 2021. It was found that there were five products in Group A, value of THB 4,612,182, 10 products in Group B, value of THB725,112, and 35 products in Group C, value of THB273,456 being in line with the ILPI efficiency indicator, activity 6: warehouse management. It also revealed that (1) for the dimension of timing (ILPI6T), the average storage days for the pre-improvement were 20, while the post-improvement was 13. (2) For the dimension of reliability (ILPI6R), the specificity of the stored inventory for the pre-improvement was 84.91%, while the post-improvement was 99.98%. These two indicators demonstrated a higher efficiency level of warehouse management and storage.

Keyword: Optimization, Inventory, ABC Analysis

บทนำ

ในยุคปัจจุบันสภาวะทางด้านเศรษฐกิจมีความผันผวน ต้องรับมือกับสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง การแพร่ระบาดของ (Covid-19) ยากต่อการคาดการณ์ในระดับความต้องการของตลาด ทั้งธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ เกิดการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะแข่งขันด้านการผลิต แข่งขันด้านการขนส่ง และแข่งขันด้านคลังสินค้า ล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่สำคัญในการดำเนินงาน เพื่อเป็นการลดต้นทุนโดยทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุด การดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กรนั้น ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญในการที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย คือ การมีกระบวนการจัดการคลังสินค้า การบริหารคลังสินค้า และระบบจัดเก็บที่ดี รวมไปถึงการมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เพราะธุรกิจขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ล้วนมีคลังสินค้า โดยสินค้าคงคลังที่ถูกเก็บไว้ ควรเก็บไว้ในจำนวนที่เหมาะสม เป็นระเบียบ และควรมีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสินค้าคงคลังต่ำที่สุด อย่างไรก็ตามสินค้าในคลังอาจมีมากมายหลายประเภท เช่น วัสดุหีบห่อ สินค้าสำเร็จรูป หากไม่ให้ความสำคัญในการควบคุมสินค้าคงคลังเหล่านี้อย่างเข้มงวดทุกรายการ จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายพุ่งเพื่อย และเสียเวลาเป็นอย่างมาก รวมถึงทำให้การจัดส่งเกิดการล่าช้า ลูกค้านำสามารถยกเลิกรายการสินค้าได้ และเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งได้ การบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนดำเนินงาน รวมทั้งบริหารจัดการข้อมูล ที่เกี่ยวข้องให้เกิดการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ รวบรวมกระจายสินค้า และการบริหารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล, 2550)

จากการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันการแพร่ระบาดของ (Covid-19) ทำให้เทคโนโลยีสื่ออินเทอร์เน็ตกลายมาเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวันมากขึ้น สำหรับตลาดอุปกรณ์เสริมในประเทศไทยจะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากอุปกรณ์เสริมต่างๆ เป็นสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะอุปกรณ์ที่ไม่ใช่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเคส หรืออุปกรณ์แฟชั่นตกแต่งต่างๆ ทำให้มีกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมของไทยมีโอกาสเข้ามาทำการผลิต หรือจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีกลุ่มผู้ประกอบการจากต่างประเทศโดยเฉพาะจีน ที่พร้อมจะทำการผลิตสินค้าในราคาที่ต่ำกว่า ส่งผลให้อุปกรณ์เสริมในตลาดปัจจุบันมีให้เลือกเป็นจำนวนมากทั้งรูปแบบ ระดับราคา หรือแบรนด์ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย โดยอุปกรณ์เสริมต่างๆ จะมีการแปรผันตามกระแสความนิยม และการเปิดตัว ในการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างแท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟนในระยะเวลาสั้นๆ ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยการปรับตัวและการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่ดีภายใต้โอกาสทางธุรกิจนี้ ดังนั้นการจัดการพื้นที่และการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บจึงสำคัญในการบริหารทรัพยากรทั้งหมดภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จากการศึกษาแนวความคิดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้าตามหลักการต่างๆ เพื่อปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และลดต้นทุนในการทำงานขององค์กรได้อีกทางหนึ่ง และเพื่อรองรับการเสริมสร้างศักยภาพ

ให้แก่องค์กรในอนาคต โดยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของครัวเรือน ส่วนครัวเรือนที่มีโทรศัพท์มือถือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อพิจารณาผู้มีโทรศัพท์มือถือเป็นรายภาค พบว่า ทุกภาคมีแนวโน้มการมีโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสในการสร้างยอดขาย ซึ่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอุปกรณ์ที่มีอายุสั้น เปลี่ยนแปลงรวดเร็วตามเทคโนโลยี ทำให้การจัดการคลังสินค้าต้องจัดการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ตารางที่ 1 การมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของครัวเรือน

ปี		จำนวนครัวเรือน ทั้งสิ้น (พันครัวเรือน)	ร้อยละของครัวเรือนที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร		
			การมีคอมพิวเตอร์	การเชื่อมต่อ (อินเทอร์เน็ต)	การมี โทรศัพท์มือถือ
2561	(ไตรมาส1)	21,418.7	20.9	67.7	-
2561	(ไตรมาส4)	21,583.8	18.3	71.3	-
	2562	21,884.4	15.9	74.6	-
	2563	22,316.1	19.3	85.2	-
2564	(ไตรมาส2)	22,334.4	25.2	85.9	95.9
2564	(ไตรมาส3)	22,626.4	26.9	88.6	96.8
2564	(ไตรมาส4)	22,633.5	25.8	88.7	96.7
2565	(ไตรมาส1)	24,747.3	25.5	89.1	96.6

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้า ระบบจัดเก็บให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เป็นเรื่องจำเป็นต่อระบบภายในคลังสินค้าสำเร็จรูป บริษัทกรณีศึกษาในจังหวัดสมุทรสาคร ที่จะส่งผลให้การทำงานภายในบริษัทราบรื่นมากขึ้นในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่สูง และโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์เสริมไอที และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างเคส หูฟัง สายชาร์จ หรือที่ชาร์จแบตเตอรี่สำรอง ฟิล์มกันรอยเป็นต้น ซึ่งหากบริษัทสามารถบริหารจัดการคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะช่วยประหยัดเวลาและต้นทุนของบริษัท และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

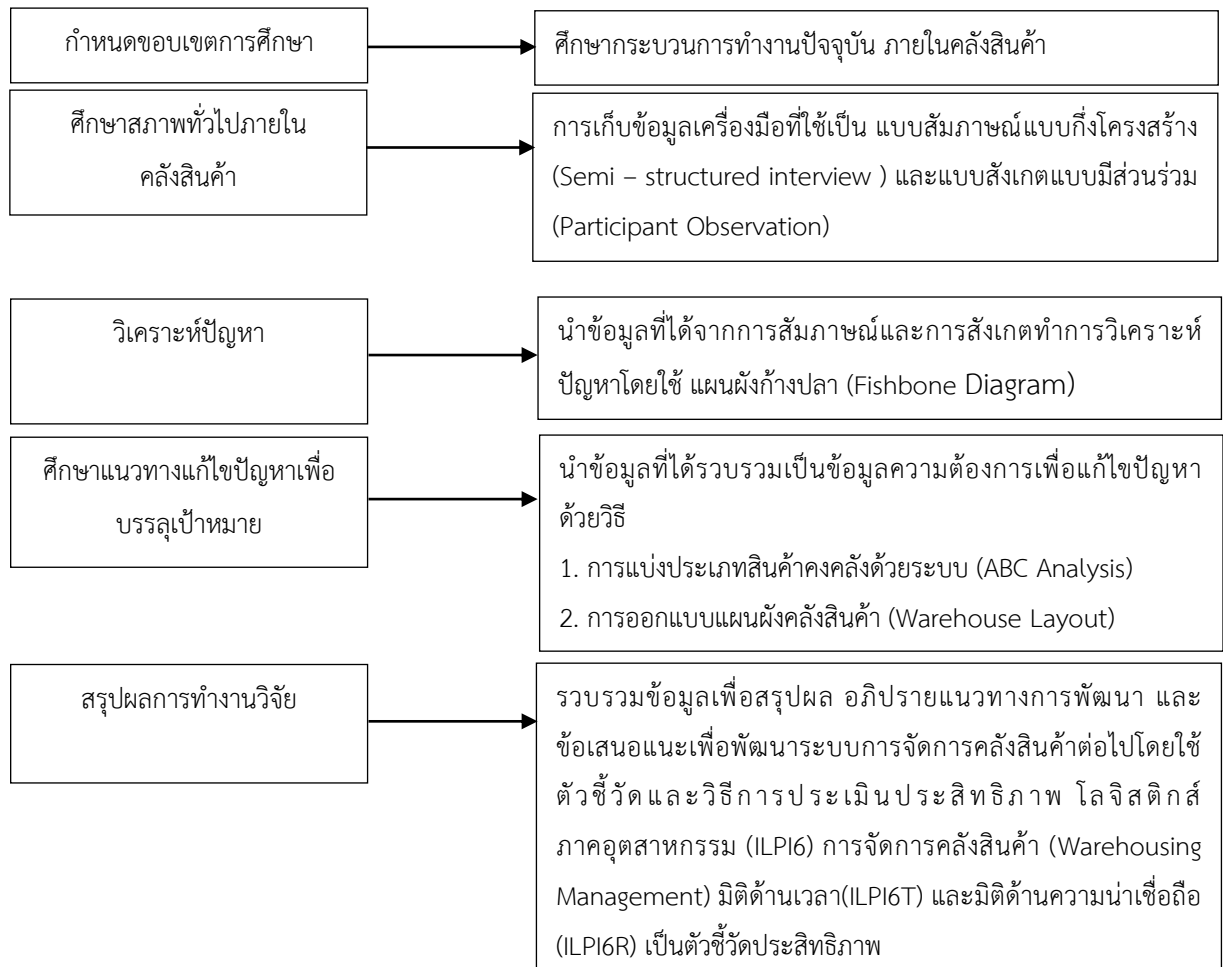
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป กรณีศึกษาบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยวิธี ABC Analysis กรณีศึกษาบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีแนวทางการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป ของบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร
2. มีระบบการจัดการคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระเบียบเพื่อลดพื้นที่การจัดเก็บสินค้า และใช้พื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภรณ์ ปัญญาวิชรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานคลังสินค้าที่ปฏิบัติงานจริง และมีประสบการณ์ในการทำงานอย่างน้อย 2 ปีขึ้นไปจำนวน 6 คน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ประกอบด้วย พนักงานของบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ หัวหน้าคลังสินค้า จำนวน 1 คน พนักงานคลังสินค้า จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่1 การวิจัยปฐมภูมิแบบเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยในแบบสัมภาษณ์จะเป็นคำถามเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า เป็นคำถามที่มีความยืดหยุ่นของข้อประเด็นคำถามเพื่อการเก็บข้อมูลในขณะที่ยังคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมในประเด็นศึกษาอย่างครบถ้วน

ส่วนที่2 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) แบบสังเกตเป็นตารางตรวจสอบการทำงาน แบบ (Check-list) จำนวน30 ครั้ง เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ โดยการสังเกตพฤติกรรม การบันทึกกิจกรรมรูปแบบกระบวนการ การดำเนินงาน สภาพแวดล้อม และสถานที่การทำงานเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการเก็บข้อมูลการสังเกตการแบบมีส่วนร่วม จากผู้ปฏิบัติงานภายในคลังสินค้าที่มีความเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดเก็บ การเบิกจ่าย และการจัดการข้อมูลเอกสาร ซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาจากข้อมูลที่รวบรวมจากสถานการณ์จริง โดยอาศัยวิธีการสังเกตพฤติกรรมของพนักงานขณะปฏิบัติงานโดยใช้แบบสังเกตแบบ (Check-list) และวิธีการสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยในแบบสัมภาษณ์จะเป็นคำถามเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า เป็นคำถามที่มีความยืดหยุ่นของข้อประเด็นคำถามเพื่อการเก็บข้อมูลในขณะที่ยังคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมในประเด็นศึกษาอย่างครบถ้วน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเพื่อนำข้อมูลทางวิชาการ และวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้วิเคราะห์มาอ้างอิงเพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากทำการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจนแล้วเสร็จ ได้ดำเนินการ ดังนี้

1. นำข้อมูล และรายละเอียดที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์หัวหน้าคลังสินค้าจากการสังเกต และการสัมภาษณ์จากการปฏิบัติงานจริงของพนักงานคลังสินค้า วิธีการจดบันทึก และวิธีการถ่ายภาพ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการเก็บข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละประเด็น เพื่อนำมาปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ผลการวิจัย

ผลการสำรวจ และวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า

การศึกษาปัญหาเบื้องต้นโดยการสังเกต (Participant Observation) เป็นการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

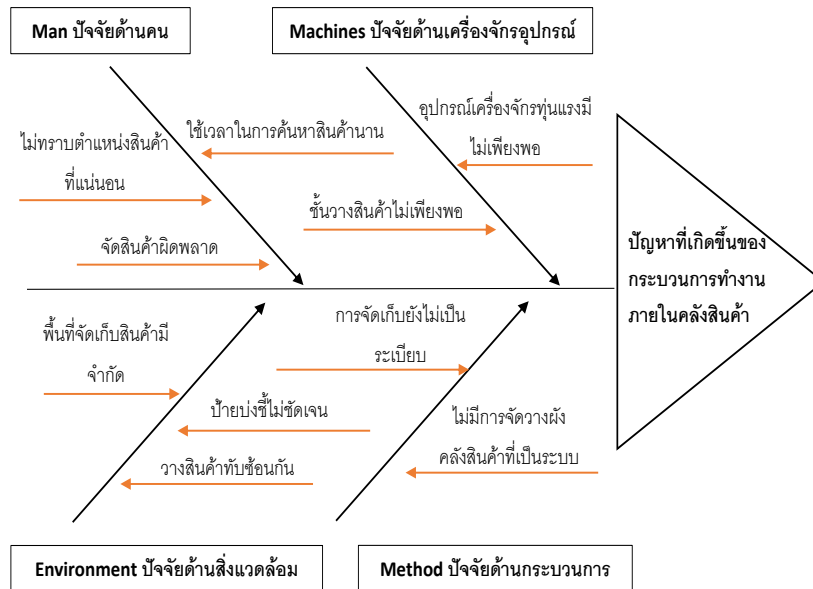
รายการ แบบ (Check-list) จำนวน 30 ครั้ง	จำนวน/ครั้ง (ผิดพลาด)	ร้อยละ (ผิดพลาด)
1. พนักงานหยิบสินค้าถูกต้องทุกรายการตามใบจัดสินค้า	28	93.33%
2. พนักงานหาสินค้าครบตามออเดอร์	28	93.33%
3. พนักงานแพ็คสินค้าถูกต้องทุกออเดอร์	20	66.67%
4. พนักงาน QC แล้วไม่เจอข้อผิดพลาด	28	93.33%
5. ไม่มีออเดอร์ตกค้าง	20	66.67%
6. การสุ่มตรวจรายการสินค้าปริมาณข้อมูลที่บันทึกกับนับจริงตรงกันทุกรายการ	20	66.67%

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญ์วรพงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 2 การศึกษาปัญหาเบื้องต้นโดยการสังเกต พบว่า การตรวจสอบการทำงาน การบันทึกกิจกรรมกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า รายการที่ 1 2 และ 4 มีความผิดพลาดรวม 28 ครั้ง และรายการที่ 3 5 และ 6 มีความผิดพลาดรวม 20 ครั้ง

การวิเคราะห์ปัญหาโดยทฤษฎีแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดก้างปลามาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย โดยนำหลักการมาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาแต่ละปัจจัย จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหาที่เหมาะสมผลการวิเคราะห์ข้อมูล



ภาพที่ 2 แผนผังก้างปลา ปัญหาของกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญ์วรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ตารางที่ 3 ตารางสรุปสาเหตุของปัญหาภายในคลังสินค้าจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ปัจจัย	สาเหตุ
Man ปัจจัยด้านคน	ไม่ทราบตำแหน่งสินค้าที่แน่นอน ใช้เวลาในการค้นหาสินค้านาน จัดสินค้าผิดพลาด
Method ปัจจัยด้านกระบวนการ	การจัดเก็บยังไม่เป็นระเบียบ ไม่มีการจัดวางผังคลังสินค้าที่เป็นระบบ
Machines ปัจจัยด้านเครื่องจักรอุปกรณ์	อุปกรณ์เครื่องจักรทุนแรงมีไม่เพียงพอ ชั้นวางสินค้ามีไม่เพียงพอ
Environment ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	พื้นที่จัดเก็บสินค้ามีจำกัด ป้ายบ่งชี้ไม่ชัดเจน วางสินค้าทับซ้อนกัน

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญ์วรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ผลการกำหนดแนวทางในการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป การแบ่งประเภทสินค้าคงคลังด้วยระบบ (ABC Analysis)

ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดการแบ่งประเภทสินค้าแบบ ABC Analysis จากที่ได้ศึกษา มาประยุกต์ใช้กับบริษัท กรณีศึกษา เพื่อจัดลำดับความสำคัญ โดยการกำหนดลักษณะการจัดเก็บนั้นใช้ข้อมูลค่าปริมาณการใช้เป็นสินค้าขายดี 50 รายการแรกที่เกิดขึ้นในรอบไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดปัญหาบ่อยที่สุดมาเป็นตัวแยก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป เพื่อให้การค้นหาสินค้าได้ง่ายสะดวกรวดเร็วขึ้น และสามารถลดปัญหาการสูญหาย และการปะปนกันของสินค้า ผลการปรับปรุง มีดังนี้

โดยนำข้อมูลรายการสินค้าสำเร็จรูป รายการเบิกรวม ราคาต่อหน่วย มาคำนวณหาร้อยละมูลค่า มูลค่าสะสม และเรียงลำดับจากมากไปน้อยตามยอดขาย เพื่อแบ่งกลุ่มเป็นสินค้า A B และ C ตามลำดับ มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการแบ่งกลุ่มสินค้าตามยอดขาย ทฤษฎี ABC Analysis

กลุ่มสินค้า	ประเภทสินค้า	รายการ	มูลค่า/บาท
A	ชุดปลั๊กชาร์จ, หูฟัง	5	4,612,182
B	ชุดปลั๊กชาร์จ, หูฟัง, จอยเกมส์	10	725,112
C	ชุดปลั๊กชาร์จ, หูฟัง, จอยเกมส์, ลำโพง	35	273,456

ที่มา: รัตนา ัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญวัชรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 4 การแบ่งกลุ่มสินค้า พบว่าสินค้ากลุ่ม A มีจำนวน 5 รายการ จากทั้งหมด 50 รายการ มูลค่าอยู่ที่ 4,612,182 บาท ดังนั้น สินค้ากลุ่มนี้จะต้องได้รับการควบคุมอย่างเข้มงวด และจะต้องมีการตรวจสอบในทุกๆ สัปดาห์ สินค้า B มีจำนวน 10 รายการ มูลค่าอยู่ที่ 725,112 บาท จะต้องได้รับการควบคุมเข้มงวดปานกลางอาจจะมีการตรวจสอบทุกเดือน และสินค้า C มีจำนวน 35 รายการ มูลค่าอยู่ที่ 273,456 บาท ซึ่งการควบคุมอาจจะไม่ต้องเข้มงวดมากอาจจะมีการตรวจสอบทุกๆ ไตรมาสก็ได้

การออกแบบแผนผังคลังสินค้า (Warehouse Layout)

จากปัญหาที่พบผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับปรุง และออกแบบการจัดวางสินค้าใหม่โดยใช้ Excel เป็นเครื่องมือในการร่างแบบแผนผัง ทำการออกแบบแผนผังพื้นที่ Layout เพื่อจัดวางสินค้า และนำ Shelf วางสินค้าวางตามผังที่กำหนด และการจัดเก็บสินค้าตามระบบ ABC Analysis โดยวิเคราะห์จากพื้นที่ และปริมาณของสินค้าสำเร็จรูป โดยกำหนดให้สินค้ามีลักษณะการเคลื่อนที่เป็นเส้นตรงระยะทางการเคลื่อนที่ของพนักงาน และสินค้าสั้น กะทัดรัด เพื่อให้บรรลุมูลค่าประสงค์ช่องทางเดินแคบที่สุดเท่าที่ทำได้ และไม่เป็นทางตัน ดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงการจัดพื้นที่ใหม่

กลุ่มสินค้า	จำนวนสินค้า/กล่อง	จำนวนช่องว่าง(กล่อง)	จำนวนชั้นวาง (1 ชั้นวาง มี 4 ชั้น)
A	600	40	10*4=40
B	902	58	15*4=60
C	890	70	15*4=60

ที่มา: รัตนา ัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญวัชรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 5 การคำนวณพื้นที่ และปริมาณของสินค้าสำเร็จรูป การจัดวางสินค้ากลุ่ม A สามารถวางสินค้าได้จำนวน 600 กล่อง และเหลือพื้นที่ว่างที่สามารถวางได้อีกจำนวน 40 กล่อง สินค้ากลุ่ม B สามารถวางสินค้าได้จำนวน 902 กล่อง และเหลือพื้นที่ว่างที่สามารถวางสินค้าได้อีก 58 กล่อง และสินค้ากลุ่ม C สามารถวางสินค้าได้จำนวน 890 กล่อง และเหลือพื้นที่ว่างที่สามารถวางสินค้าได้อีก 70 กล่อง

ผลก่อนและหลังปรับปรุง โดยใช้ตัววัดชีวิตและการประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม (ILPI) เป็นตัววัด

ตารางที่ 6 ตารางเปรียบเทียบมิติด้านเวลา (ILPI6T)

ปี	สต็อกเฉลี่ย/ชิ้น	ยอดขายเฉลี่ย/เดือน	จำนวน/วัน
2564	237,298 ชิ้น	12,040 ชิ้น	20
2565	281,685 ชิ้น	21,650 ชิ้น	13

สูตร (จำนวนสินค้าคงเหลือเฉลี่ย / จำนวนที่ขายให้ลูกค้าเฉลี่ย)

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณญ์ ปัญญ์วรวงค์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 6 เปรียบเทียบมิติด้านเวลา (ILPI6T) ระยะเวลาเฉลี่ยของการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปอยู่ในคลังสินค้า นับตั้งแต่วันที่จัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปในคลังสินค้า จนถึงวันที่เบิกสินค้าจากคลังสินค้าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้า จำนวนวันเฉลี่ยที่เก็บสินค้า คงคลัง ก่อนปรับปรุง สินค้าอยู่ในคลังมีระยะเวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 20 วัน และหลังจากการปรับปรุงแล้ว สินค้าอยู่ในคลังมีระยะเวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 13 วัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าจำนวนวันของสินค้าอยู่ในคลังมีระยะเวลาที่สั้นลง

ตารางที่ 7 ตารางเปรียบเทียบมิติด้านความน่าเชื่อถือ (ILPI6R) ก่อนการปรับปรุง

ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ (2564)	ตัวแปร	หน่วยนับ
จำนวนสินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป ที่ได้บันทึกไว้ ณ สิ้นปีที่ผ่านมา	6R.1	279,454 ปี 2564
จำนวนสินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป ที่ได้จากการนับจริง ณ สิ้นปีที่ผ่านมา	6R.2	237,298 ปี 2564
$ILPI6R = \frac{1 - \text{absolute} [(237,298) - (279,454)]}{279,454} * 100$		
อัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลัง = 84.91%		

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณญ์ ปัญญ์วรวงค์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ตารางที่ 8 ตารางเปรียบเทียบมิติด้านความน่าเชื่อถือ (ILPI6R) หลังการปรับปรุง

ข้อมูลที่ต้องจัดเก็บ (2565)	ตัวแปร	หน่วยนับ
จำนวนสินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป ที่ได้บันทึกไว้ ณ สิ้นปีที่ผ่านมา	6R.1	281,729 ปี 2565
จำนวนสินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป ที่ได้จากการนับจริง ณ สิ้นปีที่ผ่านมา	6R.2	281,685 ปี 2565
$ILPI6R = \frac{1 - \text{absolute} [(291,697) - (291,729)]}{291,729} * 100$		
อัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลัง = 99.98%		

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญะวรพงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 7 และตารางที่ 8 เปรียบเทียบมิติด้านความน่าเชื่อถือ (ILPI6R) พบว่า อัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลังปี 2564 ก่อนปรับปรุง อยู่ที่ร้อยละ 84.91% และอัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลัง ปี2565 หลังการปรับปรุง อยู่ที่ร้อยละ 99.98% ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของระบบการจัดการคลังสินค้า และการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

สรุปผล

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยวิธี ABC Analysis กรณีศึกษา บริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร ทำให้ระบบการจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มสินค้าตามทฤษฎี ABC Analysis เพื่อจัดลำดับความสำคัญ โดยการกำหนดลักษณะการจัดเก็บนั้นใช้ข้อมูลค่าปริมาณการใช้ ข้อมูลการเบิกสินค้าย้อนหลัง เป็นสินค้าขายดี ในรอบไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดปัญหาบ่อยที่สุดมาเป็นตัวแยก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป เพื่อให้การค้นหาสินค้าได้ง่ายสะดวกรวดเร็วขึ้น และสามารถลดปัญหาการสูญหาย และการปะปนกันของสินค้า ข้อมูลการเบิกสินค้าย้อนหลัง

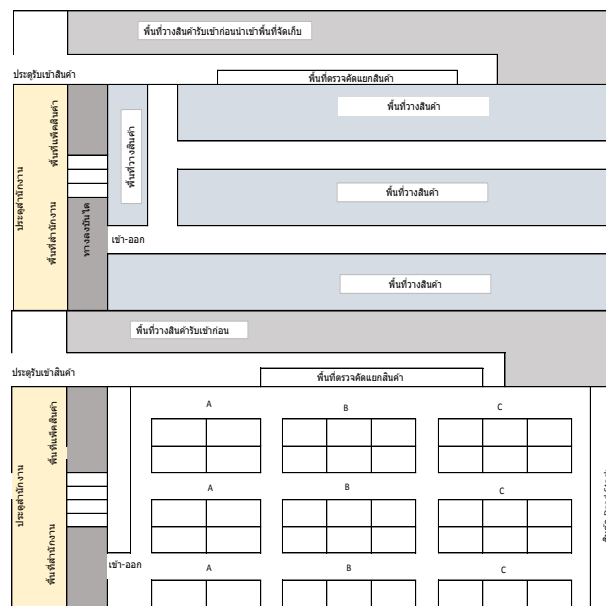
2. ทำการออกแบบแผนผังพื้นที่ Layout เพื่อจัดวางสินค้า และการจัดเก็บสินค้าตามระบบ ABC Analysis โดยวิเคราะห์จากพื้นที่ และปริมาณของสินค้า

3. เปรียบเทียบผลการดำเนินงานก่อน และหลังการปรับปรุง โดยใช้ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โลจิสติกส์ ภาคอุตสาหกรรม (ILPI) กิจกรรมที่ 6 การจัดการคลังสินค้า (Warehousing Management) ในมิติด้านเวลา(ILPI6T) และ มิติด้านความน่าเชื่อถือ(ILPI6R) กิจกรรมที่ 6 การจัดการคลังสินค้า เป็นการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนค่าขนส่งระดับการให้บริการลูกค้า และความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งกิจกรรมนี้ จะพิจารณาเฉพาะการจัดการการคลังสินค้าในส่วนสินค้าสำเร็จรูปเท่านั้น เพื่อใช้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน

จากผลการศึกษา พบว่า การนำแนวความคิดก้างปลา มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย โดยนำหลักการมาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาแต่ละปัจจัย จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผังก้างปลาจะช่วยให้แยกแยะสาเหตุต่างๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหาที่เหมาะสม การแบ่งประเภทสินค้าคงคลังด้วยระบบ (ABC Analysis) เพื่อจัดลำดับความสำคัญ โดยการกำหนดลักษณะการจัดเก็บนั้นใช้ข้อมูลค่าปริมาณการใช้ข้อมูลการเบิกสินค้าย้อนหลัง เป็นสินค้าขายดี ในรอบไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดปัญหาบ่อยที่สุดมาเป็นตัวแยก โดยนำข้อมูลรายการสินค้าสำเร็จรูป เรียงลำดับจากมากไปน้อย เพื่อแบ่งกลุ่มเป็นสินค้า A B และ C ตามลำดับ พบว่าสินค้ากลุ่ม A มีจำนวน 5 รายการ จากทั้งหมด 50 รายการ

มูลค่าอยู่ที่ 4,612,182 บาท ดังนั้น สินค้ากลุ่มนี้จะต้องได้รับการควบคุมอย่างเข้มงวด และจะต้องมีการตรวจสอบในทุกๆ สัปดาห์ ลำดับต่อมาคือสินค้า B มีจำนวน 10 รายการ มูลค่าอยู่ที่ 725,112 บาท จะต้องได้รับการควบคุมเข้มงวดปานกลาง อาจจะมีการตรวจสอบทุกเดือน และสุดท้ายคือสินค้า C มีจำนวน 35 รายการ มูลค่าอยู่ที่ 273,456 บาท ซึ่งการควบคุมอาจจะไม่ต้องเข้มงวดมาก อาจจะมีการตรวจสอบทุกๆ ไตรมาสก็ได้ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (ILPI) เปรียบเทียบก่อนหลัง โดยใช้กิจกรรมที่ 6 การจัดการคลังสินค้า ในมิติด้านเวลา (ILPI6T) และมิติด้านความน่าเชื่อถือ (ILPI6R) พบว่า 1. มิติด้านเวลา (ILPI6T) ระยะเวลาเฉลี่ยของการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปอยู่ในคลังสินค้า ก่อนปรับปรุง ระยะเวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 20 วัน และหลังการปรับปรุง เฉลี่ยอยู่ที่ 13 วัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าจำนวนวันของสินค้าอยู่ในคลังมีระยะเวลาที่สั้นลง 2. มิติด้านความน่าเชื่อถือ (ILPI6R) อัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลัง เป็นตัวชี้วัดความแม่นยำของสินค้าคงคลัง ที่แสดงความแตกต่างระหว่างจำนวนสินค้าที่ได้บันทึกไว้ กับจำนวนสินค้าคงคลังที่ได้จากการนับจริง พบว่า อัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลังปี 2564 ก่อนปรับปรุง อยู่ที่ร้อยละ 84.91% และอัตราความแม่นยำของสินค้าคงคลัง ปี 2565 หลังการปรับปรุง อยู่ที่ร้อยละ 99.98% ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของระบบการจัดการคลังสินค้า และการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

จากผลการศึกษา พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นราวิชญ์ มงคลรัชตารมย์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัท B ซัพพลายเชน จำกัด พบว่าพื้นที่ในการจัดเก็บเพียงพอต่อปริมาณสินค้าที่มีอยู่จริง และมีระยะทาง และระยะเวลาในการหยิบสินค้าลดลง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา เทียนชัย (2559) ทำการศึกษาเรื่อง การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในคลังสินค้าของอุตสาหกรรมยานยนต์ กรณีศึกษา บริษัท เอส ยู วี ออโต้พาร์ท จำกัด พบว่า มีพื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบที่เพียงพอ และสามารถลดจำนวนพนักงานในการค้นหา



ภาพที่ 3 แสดงแผนผังคลังสินค้าก่อนปรับปรุง และหลังปรับปรุง

ที่มา: รัตนา ธัญญเจริญ, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณัญญ์ ปัญญ์วรวงค์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องแนวทางการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูปด้วยวิธี ABC Analysis กรณีศึกษา บริษัทจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะในงานวิจัย ดังนี้

1. ควรมีการจัดอบรมพนักงาน ให้มีความเข้าใจในเรื่องระบบการจัดเก็บ และการใส่ใจดูแลสินค้าอย่างเข้มงวด และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
2. ควรมีนำหลักการ 5 ส มาใช้ เพื่อความเป็นระเบียบมีความสะอาด สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยถูกหลักอนามัย เพื่อให้เกิดบรรยากาศในการทำงานที่ดี เหมาะแก่การทำงาน การดูแลเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ ให้เรียบร้อย อยู่ในสภาพที่สามารถนำมาใช้ได้ทันที
3. ควรมีการจัดทำป้ายบ่งชี้เพิ่มเติมเพื่อความสะดวกในการหยิบ และการจัดเก็บสินค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้สามารถนำไปศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยเกี่ยวกับระบบการจัดการคลังสินค้าในธุรกิจอื่นๆ ได้ เพื่อใช้พัฒนาปรับปรุง และเพิ่มประสิทธิภาพคลังสินค้า
2. งานวิจัยนี้ในแต่ละวิธี จากการนำเสนออาจใช้ได้กับบริษัทรถยนต์ศึกษาเท่านั้น หากต้องการนำเทคนิคนี้ไปใช้ในสภาพแวดล้อม หรือบริบทที่ต่างกันออกไป ควรศึกษาเพิ่มเติม
3. การวิจัยในครั้งนี้จัดทำเพียงการปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้า การจัดเก็บแบบ ABC Analysis และการออกแบบ layout เท่านั้น ดังนั้นถ้ามีการพัฒนาการเก็บข้อมูล และการปรับเปลี่ยนไปถึงการใช้ทฤษฎีการคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด (EOQ) จะทำให้การจัดการสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นราวิชญ์ มงคลรัชดารมย์. (2559). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า บริษัท B ซัพพลายเชน จำกัด*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล. (2550). *โลจิสติกส์ก้าวอย่างประเทศไทยในกระแสโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2565 ไตรมาส 1*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุจิตรา เทียนชัย. (2559). *การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในคลังสินค้าของอุตสาหกรรมยานยนต์ กรณีศึกษา บริษัท เอส ยู วี ออโต้พาร์ท จำกัด*. งานนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยบูรพา.

Translated Thai References

- Athikomrattanukul, Pongchai. (2007). *Logistics : Thailand's Steps in Globalization*. Bangkok: Mental Health. (in Thai)
- Mongkolratchadarom, Narawit. (2016). *Warehouse Management Efficiency B Supply Chain Co., Ltd*. Master of Business Administration Independent Trade Search, Logistics management University of the Thai Chamber of Commerce. (in Thai)
- National, Statistical Office. (2022). *THE 2022 Household Survey on the use of Information and Communication Technology (Quarter 1)*. Bangkok: National Statistical Office Ministry of Digital Economy and Society. (in Thai)
- Theanchai, Sujitra. (2016). *Enhance Efficiency of Automotive Warehouse Management a Case Study of SUV Autopart Co., Ltd*. Master of Science Thesis, Logistics and Supply Chain Management Burapha University. (in Thai)

Received: Jan 11, 2023

Revised: Jan 25, 2023

Accepted: Jan 25, 2023

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันภายใต้การยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ด แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน)

Factors Affecting Decision to Use Mobile Application Services Under Technology Acceptance of Employees at Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited

ธัญทิพย์ หวานทอง¹, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์², เชษฐภณัญญ์ ปัญญาวีรวงศ์³

Thunchathip Wanthong¹, Chatchai Laoketkarn², Chetphanat Panyavacharawongse³

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²,

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์แบงกอก³

Master's degree student Master of Business Administration Thonburi University¹,

Faculty of Business Administration Thonburi University², Faculty of Logistics and Aviation Technology

Southeast Bangkok University³

thunchathip@gmail.com¹, Chatchai_lm@thonburi-u.ac.th², chetphanat@southeast.ac.th³

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และระดับปัจจัยการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และ(2) ศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานของบริษัท จำนวน 235 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงได้ 0.894 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท ทั้งสองด้านอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.01 ปัจจัยการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ด้านพฤติกรรมหลังการใช้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.13 (2) ผลการยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันภายในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, การตัดสินใจใช้ แอปพลิเคชัน

Abstract

The current study aimed at studying (1) the level of technology acceptance and level of decision-making in using the mobile application services of employees at Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited, (2) the level of technology acceptance that affected decision-

making in using the mobile application services of employees at Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited. A research instrument was a questionnaire. A sample group consisted of 235 employees, drawn by stratified random sampling. Data were analyzed using descriptive statistics of percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics of multiple regression analysis, with a significant level of .05. The findings revealed that (1) technology acceptance and decision-making in mobile application services were high. The factor of technology acceptance in the aspect of trust by perception was the highest average. The factor for decision-making in using mobile application services for post-service behavior was the highest average. (2) The result of technological acceptance affected the decision to use the mobile application services of employees of Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited significantly at .05 level.

Keywords: Technology acceptance, Decision Making in using applications

บทนำ

ในปัจจุบันความก้าวหน้าในเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรม การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มขึ้นช่วยประหยัดแรงงาน ลดต้นทุนของ ภาคอุตสาหกรรมและการพัฒนาด้านการสื่อสารหรือที่เรียกว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีที่มีการครอบคลุมเรื่องเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลการประมวลผล รวมถึงวิธีการที่จะใช้ข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้ข้อมูลข่าวสารและแหล่งข้อมูลความรู้ต่าง ๆ สามารถกระทำได้สะดวกและอย่างรวดเร็วจากระดับบุคคลทั่วไป องค์กร ภาคสังคมตลอดจนในระดับประเทศ และระหว่างประเทศแบบไร้พรมแดน มีการสื่อสารกันผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง เช่น คอมพิวเตอร์, แท็บเล็ต, สมาร์ทโฟน เป็นต้น และจากข้อมูลสถิติการใช้งานหรือเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ มีการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือมากถึง 4.38 พันล้าน โดยรวมทั้งการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนตัว และ WIFI ซึ่งถูกคิดออกมาเป็น 92.8% จากจำนวนผู้ใช้งานทั้งหมด การใช้งานอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน คิดเป็น 91.5% จากจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด และจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือธรรมดา มีจำนวน 4.8% ซึ่งยังมีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของระยะเวลาที่ใช้คร่าว ๆ คือ ประมาณ 3 ชั่วโมง 36 นาที ทำให้ทราบว่าปัจจุบันมีการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น เช่นเดียวกัน ทำให้ทุกบริษัทในประเทศไทย ตระหนักถึงการใช้เทคโนโลยีและมีการพัฒนาแอปพลิเคชันมาปรับใช้ในองค์กร โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ที่กำลังเผชิญกันทั่วโลกในขณะนี้ (องค์การอนามัยโลก, 2564)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือ COVID-19 ที่ยังคงทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้มีประกาศราชกิจจานุเบกษา ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการระบาด โดยได้เริ่มใช้มาตรการล็อกดาวน์ ให้ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด งดการเดินทางออกนอกพื้นที่โดยไม่มีเหตุจำเป็น เพื่อลดการเดินทางที่อาจเสี่ยงต่อการติดโรคภาครัฐและภาคเอกชนพิจารณาดำเนินมาตรการขั้นสูงสุดเพื่อมุ่งลดจำนวนการเดินทางของพนักงานหรือบุคลากรของตน (ราชกิจจานุเบกษา, 2564) ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนมีการปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจการให้บริการขณะเดียวกันก็ได้ ปรับวิธีการทำงาน มีการประกาศนโยบายให้พนักงาน “ทำงานที่บ้าน” หรือที่เรียกว่า “WORK FROM HOME” เพื่อลดจำนวนวันการเข้าออฟฟิศหรือการลดการพบปะซึ่งกันและกันทำให้ทุกคนต้องปรับตัวหรือเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานชีวิตและการทำงานแบบ New Normal ดังนั้นบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ที่ได้มีมาตรการให้พนักงานมีการ WORK FROM HOME เพื่อลดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 (พสุ เดชะรินทร์, 2564)

บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (ชื่อย่อ : TKN) ได้ให้ความสำคัญ และความปลอดภัยของพนักงาน โดยมีการประกาศนโยบายตามภาครัฐให้พนักงานต้องติดต่อสื่อสารในรูปแบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการประชุมและเอกสารจากกระดาษเป็นไฟล์อิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรียกว่า “E-Document” ทั้งหมดในการอนุมัติเอกสารต่าง ๆ และมีนโยบายในการนำเทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงการทำงานขององค์กร (digital transformation) และให้จัดทำระบบ E-workFlow ในกระบวนการทำงานระบบภายในต่าง ๆ ของ บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท คือ GoFirm Go Broad และ Go Global โดยกระตุ้นให้พนักงานยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถใช้งานผ่านนโยบายแอปพลิเคชันภายในขององค์กร เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน และได้ข้อมูลอย่างทันท่วงที โดยให้เริ่มจากระบบเช็คอิน (ระบบ TKNSERVICE และ TKN WFH) และหลังจากการพัฒนา ระบบนโยบายแอปพลิเคชัน ทางฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้ออกประกาศการใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันและได้ทำการติดตั้งระบบให้กับพนักงานทุกท่าน พบว่า มีการใช้งานนโยบายแอปพลิเคชัน เพียง 14.8% ของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (มาส.เถ้าแก่น้อย, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ทำการวิจัยที่จะศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 ด้านคือ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้นโยบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลไปใช้ในการพัฒนาระบบให้เหมาะสมกับองค์กร ตอบสนองความต้องการของพนักงานภายในองค์กรให้มีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศและมีการใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันทั้งองค์กรตามนโยบายตรงกับเป้าหมายของผู้บริหารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

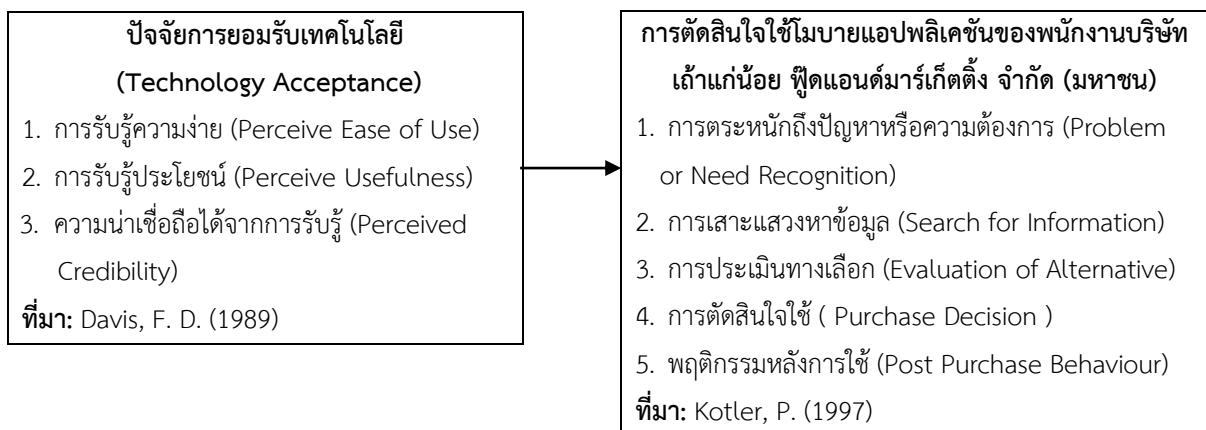
1. เพื่อศึกษา ระดับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และระดับปัจจัยการตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ของ Davis, F. D. (1989) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้นโยบายแอปพลิเคชัน ของ Kotler, P. (1997)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบระดับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และระดับปัจจัยการตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เล็กแกนน้อย ฟุตแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
2. ได้ทราบปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เล็กแกนน้อย ฟุตแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
3. สามารถนำข้อค้นพบไปปรับใช้ในการพัฒนาโปรแกรมต่างๆในการบริหารจัดการองค์กรได้

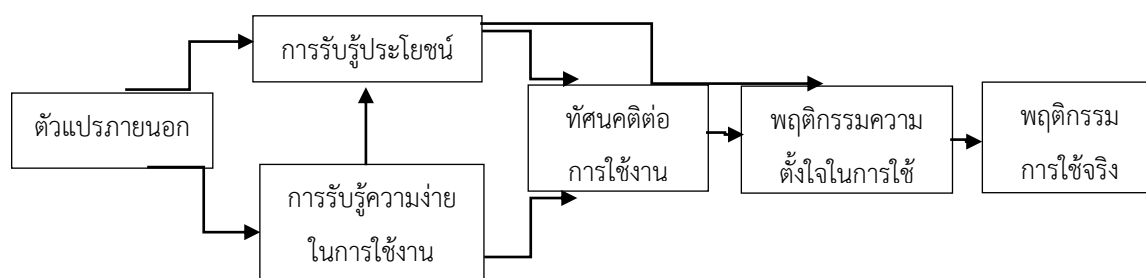
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Davis, F. D. (1989) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี เป็นพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ ได้รับอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าการใช้งานง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบผู้ที่จะแสดงแสดงพฤติกรรมการใช้ออกมาในรูปแบบใดก็จะขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานถ้าผู้ใช้มีทัศนคติดีในเชิงบวกกับระบบสารสนเทศก็จะมีพฤติกรรมการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศด้วย

ทฤษฎี Technology Acceptance ได้มีการยอมรับและมีชื่อเสียงในเรื่องตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้งานเทคโนโลยี โดย Davis, F. D. (1989) ได้ปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมจากทฤษฎี TRA เพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นแบบจำลอง Technology Acceptance และเพื่อใช้ในการศึกษาบริบท การยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ โดยไม่นำบรรทัดฐานจากบุคคลอื่นในการแสดงพฤติกรรม เข้ามาร่วมปัจจัยในการพฤติกรรมการใช้ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับ เทคโนโลยีของผู้ใช้ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ (Perceived Credibility)

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)



ภาพที่ 2 โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: Davis, F. D. (1989)

การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลมาจากการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use) โดยการรับรู้ว่ามีประโยชน์และการรับรู้ว่าง่ายในการใช้จะเป็นตัวทำนายทัศนคติต่อการใช้ (Attitude toward Using) คือ การประเมินความพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ นอกจากนั้น ทัศนคติต่อการใช้ และการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ (Behavioral Intentions to Use) และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เป็นตัวพยากรณ์ในการใช้เทคโนโลยีจริง ๆ ดังนั้นแบบจำลองดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางและเป็นแบบแผนในการตัดสินใจที่ประสบผลสำเร็จในการพยากรณ์การยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่

เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลในเรื่องของประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับและการทำงานที่ง่ายอันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้มีการนำมาใช้และยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ

ขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) เป็นลำดับถึงขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน (Kotler, P. & Keller, K., 2006) ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ในจุดเริ่มต้นของปัญหา โดยเกิดขึ้นจากบุคคลนั้นรู้สึกได้ถึงความแตกต่างระหว่างความคิดที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกในตัวสินค้าหรือบริการ และเป็นสภาพที่ต้องการกับสภาพที่เป็นอยู่จริงของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคนั้น ทำให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนระหว่างความคิดกับสภาพที่เป็นจริง โดยส่วนปัญหาของแต่ละบุคคลนั้นจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันออกไป
2. การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหาผู้บริโภคก็ต้องมีการแสวงหาหนทางในการแก้ไขปัญหาโดยทำการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากขั้นตอนในข้อที่ 2 แล้วจะทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดและวิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกนั้นอาจจะประเมิน โดยทำการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าหรือบริการและคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายยี่ห้อให้เหลือเพียงยี่ห้อเดียวอาจขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความนิยมศรัทธาต่อตราสินค้านั้น ๆ
4. การตัดสินใจใช้ (Purchase Decision) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการบางอย่างต้องการข้อมูลมากส่งผลให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนานแต่บางผลิตภัณฑ์หรือบริการผู้บริโภคก็ไม่ต้องใช้ระยะเวลาการตัดสินใจนานนัก
5. พฤติกรรมหลังการใช้ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการใช้แล้วผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภคซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการนั้น ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ น้อยลงตามไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ด แอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด(มหาชน) ที่ใช้บริการระบบโมบายแอปพลิเคชันและไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบ จำนวน 512 คน โดยแบ่งกลุ่มประชากรตามกลุ่มพนักงาน คือ ระดับผู้จัดการฝ่าย (Managerial Staff) 24 คน ระดับชำนาญการและผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย (Supervisory Staff) 20 คน ระดับปฏิบัติการ (Operation Staff) 166 คน และระดับงานบริการ (Service Staff) 25 คน โดยใช้สูตร Yamane (Yamane, T., 1967) ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่ม 225 คน เก็บเพิ่ม 10 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิแล้วสุ่มแบบแบ่งกลุ่มพนักงาน เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม google forms

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์นั้น ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนได้ ดังนี้ ผู้วิจัยได้ทำหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์และแนะนำตัวจากบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธนบุรี เพื่อขอ

ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะใช้ในงานวิจัย จำนวน 235 ชุด และการทำ Try-out 30 ชุด ไปยังผู้บริหาร เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า Cronbach's Alpha (Cronbach's Alpha Analysis Test) ค่าแอลฟาที่ได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (Nunnally, J. C., 1978) และสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผลที่ได้ค่าความเชื่อมั่นนั้นเท่ากับ 0.894 และฝ่ายบุคคล บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ในจำนวน 235 ราย ผู้วิจัยได้มีการส่งแบบสอบถามและทำการเก็บข้อมูลตามวันและเวลาที่ได้มีการกำหนดไว้ หลังจากนั้นก็ทำการตรวจสอบและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนั้นคือเพศหญิงที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี และส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรี อยู่ในกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ รองลงมาคือระดับงานบริการ และมีสถานที่ทำงานประจำอยู่ที่ โรงงานโรจนะ รองลงมาคือสำนักงานเมืองทอง และมีประสบการณ์การใช้งานโมบายแอปพลิเคชันทั้งหมดของพนักงาน บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2 สรุปผลระดับความคิดเห็นการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 1 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ของพนักงานบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายด้าน

ลำดับ	การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้	4.01	0.82	มาก
2	การรับรู้ประโยชน์	4.00	0.83	มาก
3	การรับรู้ความง่าย	3.67	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.84	0.74	มาก

ที่มา: รัชชทิพย์ หวานทอง, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภรณ์ ปัญญ์วรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า โดยรวมและรายด้านมีค่ามากที่สุด เมื่อวิเคราะห์อย่างละเอียดรายด้านได้ผลว่า ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ เป็นลำดับแรก โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

2.1 ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ได้ผลว่า แอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการได้อย่างน่าเชื่อถือ รองมาคือ แอปพลิเคชัน มีระบบข้อมูลส่วนบุคคลและมีความปลอดภัยของข้อมูล ถัดมา ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าจะสามารถเช็ครายละเอียดการทำรายงานย้อนหลังผ่าน แอปพลิเคชัน ได้ตลอดเวลา สุดท้ายคือ เจ้าหน้าที่สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศมีการแนะนำการบริการต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและมีความชัดเจน โดยผลที่ได้ทุกด้านคือมาก

2.2 การรับรู้ประโยชน์ ได้ผลว่า แอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH ช่วยให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการระบบภายในบริษัท ได้ง่ายขึ้น ถัดมา แอปพลิเคชัน มีการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ รองลงมาคือ แอปพลิเคชันช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน สุดท้ายคือ แอปพลิเคชัน มีประโยชน์ ทำให้สะดวกสบาย และรูปแบบแอปพลิเคชันโมบายเป็นที่นิยม โดยผลที่ได้ทุกด้านคือมาก

2.3 การรับรู้ความง่าย ได้ผลว่า แอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH มีการออกแบบสวยงามและดึงดูดใจ ผลที่ได้คือมากที่สุด รองลงมาคือ แอปพลิเคชันมีความรวดเร็วในการค้นหาข้อมูล ผลที่ได้คือมากที่สุด และสุดท้ายคือ แอปพลิเคชัน มีความง่ายต่อการเข้าใช้งาน ผลที่ได้คือน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 สรุปผลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันภายในองค์กรของพนักงาน บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 2 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชันภายในองค์กรของพนักงาน บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายด้าน

ลำดับ	การตัดสินใจใช้งานนโยบายแอปพลิเคชัน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	พฤติกรรมหลังการใช้	4.13	0.91	มาก
2	การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ	4.12	0.79	มาก
3	การตัดสินใจใช้	4.06	0.83	มาก
4	การประเมินทางเลือก	3.97	0.84	มาก
5	การเสาะแสวงหาข้อมูล	3.90	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.04	0.78	มาก

ที่มา: ธัญทิพย์ หวานทอง, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภรณ์ ปัญญวัชรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษา พบว่า โดยรวมได้ค่ามาก เมื่อวิเคราะห์อย่างละเอียดรายด้าน ได้ผลพฤติกรรมหลังการใช้ เป็นลำดับแรก ได้ค่ามาก ที่เหลือทั้ง 4 ด้านนั้นมีความค่า โดยมียาวละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

3.1 พฤติกรรมหลังการใช้ ได้ผลว่า ผู้ใช้บริการจะแนะนำเพื่อนร่วมงานมาใช้บริการแอปพลิเคชัน TKNSERVICE และแอปพลิเคชัน TKN WFH สุดท้ายคือ ผู้ใช้บริการจะแนะนำเพื่อนร่วมงานมาใช้บริการแอปพลิเคชัน ผลที่ได้มาก

3.2 การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ได้ผลว่า แอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH ตรงตามความต้องการที่ต้องการใช้งานของผู้ใช้บริการ รองลงมา ผู้ใช้บริการพิจารณาถึงเหตุผลหรือความจำเป็นในการให้บริการแอปพลิเคชัน ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ สุดท้ายคือ ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน เพราะพึงพอใจในการใช้ครั้งก่อน โดยผลที่ได้ทุกด้านคือมาก

3.3 การตัดสินใจใช้ ได้ผลว่า ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH เพราะมีความเสถียรในการใช้งาน รองลงมา ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน เพราะมีกระแสบรรทัดต่อผู้ใช้งานมาก สุดท้ายคือ ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจที่จะใช้บริการระบบบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผ่านแอปพลิเคชัน โดยผลที่ได้ทุกด้านคือมาก

3.4 การประเมินทางเลือก ได้ผลว่า ผู้ใช้บริการพิจารณาถึงความเสถียรในการใช้งานก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH รองลงมา ผู้ใช้บริการพิจารณาฟังก์ชันระบบงานก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน โดยผลที่ได้ทุกด้านคือมาก

3.5 การเสาะแสวงหาข้อมูล ได้ผลว่า ผู้ใช้บริการทำการศึกษาข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สาขางานเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้คำแนะนำและมีคู่มือในการใช้บริการแอปพลิเคชัน TKNSERVICE และ TKN WFH ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ รองลงมา แอปพลิเคชันมีระบบตรงตามที่ต้องการใช้บริการ สุดท้ายคือ ก่อนที่ผู้ให้บริการจะใช้บริการแอปพลิเคชัน ผู้ให้บริการได้มีการสอบถามข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานมาก่อนแล้ว โดยผลที่ได้ทุกด้านคือมาก

ส่วนที่ 4 สรุปการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เล็กแกน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยรวมและเป็นรายด้าน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ของพนักงานบริษัท เล็กแกน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	P-value	Tolerance	VIF
	B	Beta				
ค่าคงที่	0.305		2.953	0.003*		
การรับรู้ความง่าย	0.310	0.276	4.252	0.000*	0.143	6.973
การรับรู้ประโยชน์	0.228	0.242	3.723	0.000*	0.143	6.988
ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้	0.422	0.441	7.063	0.000*	0.155	6.443
R	R Square	Adjusted R Square	F	P		
0.928	0.860	0.858	474.098	0.000*		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: รัชชทิพย์ หวานทอง, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และเชษฐภณญ์ ปัญญ์วรวงศ์ (ผลสรุปการวิจัย 2565)

จากตารางที่ 3 ผลในการหาความสัมพันธ์โดยรวม ได้ผลว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ส่งผลมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน เป็นอย่างที่ตั้งสมมติฐานไว้ โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

4.1 ด้านการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ได้ผลว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ส่งผลทางบวกต่อ การตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายส่งผลมากที่สุด

4.2 ด้านการเสาะแสวงหาข้อมูล ได้ผลว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ส่งผลทางบวกต่อ การตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านการเสาะแสวงหาข้อมูล โดย ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ส่งผลมากที่สุด

4.3 ด้านการประเมินทางเลือก ได้ผลว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้าน การรับรู้ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ส่งผลทางบวกต่อ การตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านการประเมินทางเลือก โดย ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ส่งผลมากที่สุดและ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านการประเมินทางเลือก

4.4 ด้านการตัดสินใจใช้ ได้ผลว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ส่งผลทางบวกต่อ การตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านการตัดสินใจใช้ โดย ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ส่งผลมากที่สุด

4.5 ด้านพฤติกรรมหลังการใช้ ได้ผลว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่าย และความน่าเชื่อถือ ได้จากการรับรู้ ส่งผลทางบวกต่อ การตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านพฤติกรรมหลังการใช้ โดย ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ส่งผลมากที่สุดและ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันของพนักงาน ด้านการประเมินทางเลือก

สรุปผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และระดับปัจจัยการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) จากผลการศึกษาโดยรวมได้ค่ามาก เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียด ได้ผลว่า ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ผลที่ได้คือมาก ส่วนการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายผลที่ได้คือมากและได้สอดคล้องกันกับแนวคิดทฤษฎี Technology Acceptance ของ Davis (1989) ในเรื่องการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการแสดงพฤติกรรมที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการของสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือได้ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่ดี ที่ทำให้พนักงานพึงพอใจ และทำให้เกิดการยอมรับใช้งานแอปพลิเคชันมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ภูเขาแก้ว (2560) ทำการศึกษาในเรื่องของ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลของการศึกษา พบว่า ยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการ Grab ในกทม. ด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยผู้บริโภคมีความเห็นว่าแอปพลิเคชัน Grab เป็นเครื่องมือที่ผู้บริโภคสามารถควบคุมและจัดการได้ มีประโยชน์และมีความจำเป็นต่อการใช้งานในการเดินทาง และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเห็นแอปพลิเคชัน Grab มีการอัปเดตปรับปรุงโปรแกรมสามารถปรับตัวได้และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ของแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก

จากผลการศึกษาในระดับปัจจัยการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยรวมได้ค่ามาก เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดได้ผลว่า พฤติกรรมหลังการใช้ ผลที่ได้คือมาก และอีก 4 ด้าน ผลที่ได้คือมาก ซึ่งได้สอดคล้องกันกับแนวคิดทฤษฎี Kotler, P. (1997) ซึ่งได้อธิบายแนวคิดในเรื่องการตัดสินใจการใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้งานของผู้ใช้บริการของสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือได้ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่ดี ที่ทำให้พนักงานมีแรงจูงใจในการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ภูเขาแก้ว (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องของ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกทม. อยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

จากผลการศึกษา ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยรวมนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เป็นอย่างสมมติฐาน โดยปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลในการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน ในทุกด้านและเมื่อวิเคราะห์รายด้าน ได้ผลว่า ด้านความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ การรับรู้ความง่าย และ การรับรู้ประโยชน์ เป็นอย่างสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกันกับแนวคิดทฤษฎี Technology Acceptance ของ Davis, F.D. (1989) และแนวคิดทฤษฎี Kotler, P. (1997) ได้อธิบายแนวคิดในเรื่องของปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลในการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานจะส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันของบริษัทมากยิ่งขึ้น เช่น แอปพลิเคชัน มีการออกแบบสวยงาม

และดึงดูดใจ มีความรวดเร็วในการค้นหาข้อมูลมีการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ช่วยให้พนักงานเลือกใช้บริการระบบภายในของบริษัทได้ง่ายขึ้น มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการได้อย่างน่าเชื่อถือและสามารถใช้วิเคราะห์การทำการขายการย้อน หลังผ่านแอปพลิเคชันได้ตลอดเวลา ถือได้ว่าเป็นมาตรฐานแอปพลิเคชันที่ดี ที่ทำให้พนักงานตัดสินใจที่จะได้ใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ สิทธิชัย ภูเขาแก้ว (2560) ที่ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษา พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ Grab ในกทม. อยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลในการวิจัยไปใช้

จากผลการค้นคว้า เรื่องปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานโมบายแอปพลิเคชันของพนักงานบริษัท เล้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การรับรู้ความง่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องแรก คือการปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีความง่ายต่อการเข้าใช้ โดยการออกแบบในส่วนของการเข้าใช้งานที่ง่ายกว่า เช่น เข้าระบบด้วยการสแกนหน้า เพื่อยืนยันตัวตนในการใช้งาน ถัดมาคือ ออกแบบแอปพลิเคชัน การแสดงผลลัพธ์ที่ง่ายต่อการอ่าน การกำหนดแสดงผลทั้งตัวอักษร สีข้อความเพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานอ่านข้อมูลได้ง่ายยิ่งขึ้น

2. การรับรู้ประโยชน์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องแรกกับการปรับปรุงแอปพลิเคชัน มีประโยชน์ทำให้สะดวกสบาย และรูปแบบแอปพลิเคชันโมบายเป็นที่นิยมโดยการเพิ่มฟังก์ชันระบบงาน ที่จำเป็นและออกแบบให้เป็นสากลเพื่อตอบสนองการใช้งานกับพนักงานในทุกกิจกรรมของงาน ถัดมาคือ การพัฒนาแอปพลิเคชันช่วยลดขั้นตอนในการทำงานโดยการออกแบบการใช้งานโดยเลื่อนขั้นตอนที่ผู้ใช้ต้องการเท่านั้น

3. ความน่าเชื่อถือได้จากการรับรู้ ควรให้ความสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือความน่าเชื่อถือในการใช้บริการแอปพลิเคชัน และมีระบบข้อมูลส่วนบุคคลและมีความปลอดภัยของข้อมูล โดยการประกาศนโยบายด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานทราบข้อมูลในการจัดเก็บและแนวทางป้องกันข้อมูลเพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับพนักงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ โดยการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังบริษัทในเครือที่มีการใช้บริการแอปพลิเคชัน TKNSERVICE และแอปพลิเคชัน TKN WFH เพื่อดูผลการศึกษาที่เกิดขึ้นจะได้ผลที่เหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร ระหว่างบริษัท เล้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ นอกจากนี้ควรเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุและเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน TKNSERVICE และแอปพลิเคชัน TKN WFH และในการศึกษาครั้งถัดไปควรเพิ่มเติมตัวแปรอื่นที่อาจเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาอยู่ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขในด้านอื่นๆ ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

พสุ เดชะรินทร์. (2564). *โควิดระลอกใหม่ กับการทำงานที่บ้าน (Work From Home)*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/915739>.

มาส.เล้าแก่น้อย. (2564). *รายงานการใช้งานแอปพลิเคชันของพนักงาน บริษัท เล้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2564, จาก <https://mas.taokaenoi.co.th/hr-checkin-report>.

- ราชกิจจานุเบกษา. (2564). *ข้อกำหนดตามในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 28)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://covid.phatthalung.go.th/announce2/detail/39>
- สิทธิชัย ภูเขาแก้ว. (2561). *ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- องค์การอนามัยโลก. (2564). *สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง*. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf>.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3): 319–339.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management : Analysis, planning implementation and control*. 9th. New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, P. & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. 12th. New Jersey: Pearson Education.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2nd. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Yamane, T. (1967). *Statistics : An introductory analysis*. New York: Harper & Row.

Translated Thai References

- Decharin, P. (2021). *New Wave of Covid with Working From Home (Work From Home)*. Retrieved October 20, 2021, from <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/915739>. (in Thai)
- Government Gazette. (2021) *Requirements according to Section 9 of the Emergency Decree on Public Administration in Emergency Situations B.E. 2548 (No. 28)*. Retrieved October 20, 2021, from <https://covid.phatthalung.go.th/announce2/detail/39> (in Thai)
- Mas.taokaenoi. (2021). *Application usage Report of Employees, Taokaenoi Food & Marketing Public Company Limited*. Retrieved September 20, 2021, from <https://mas.taokaenoi.co.th/hr-checkin-report>. (in Thai)
- Phusakaew, S. (2018). *Factors of Technology Acceptance Affecting Consumers' Decision to use Grab Services in Bangkok*. Independent Research Master of Business Administration Degree, Bangkok University. (in Thai)
- World Health Organization. (2021). *Situation of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Public Health Measures and Problems, Obstacles, Disease Prevention and Control in Travelers*. Retrieved September 20, 2021, from <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf>. (in Thai)



THONBURI UNIVERSITY

248 Soi Petchkasem 110 Petchkasem Road,
Nong Khang Phlu Subdistrict, Nong Khaem District,
Bangkok 10160

Tel : 02-8090823-25 ต่อ 225

Fax : 02-8090832

E-mail : journal-tru@thonburi-u.ac.th